

ABSTRAK

Ayu Tika Rustiyani. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivations, Availability of Time dan Availability of Money terhadap Impulse Buying (Studi pada Jogja City Mall).* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2023.

Saat ini bisnis ritel sudah berkembang pesat dengan persaingan yang semakin ketat. Terlebih dengan munculnya beragam *platform* jual beli *online* yang menawarkan produk-produk seperti yang dijual di toko ritel luring (*offline*). Hal ini menjadi fakta yang mendukung bahwa adanya tren pergeseran belanja masyarakat di mall. Semula mereka berbelanja membeli baju di toko *offline*, sekarang mereka cenderung mencari hiburan jenis lain ketika pergi ke sebuah mall atau pusat perbelanjaan. Bergesernya minat masyarakat ke belanja *online* tidak diragukan lagi ikut memainkan peran mempengaruhi keberadaan mall. Oleh sebab itu, pihak ritel modern harus memiliki strategi yang tepat agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan terlebih konsumen memiliki pembelian impulsif (*impulse buying*) yang tinggi. *Impulse buying* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *hedonic*, *availability of time*, dan *availability of money*. Tujuan penelitian ini, yaitu menguji pengaruh: *hedonic shopping motivations* terhadap *impulse buying*, *availability of time* terhadap *impulse buying*, dan *availability of money* terhadap *impulse buying*.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Purworejo yang pernah berbelanja di Jogja City Mall. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 150 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan: *hedonic shopping motivations* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada masyarakat Purworejo yang pernah berbelanja di Jogja City Mall, *availability of time* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada masyarakat Purworejo yang pernah berbelanja di Jogja City Mall, *availability of money* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada masyarakat Purworejo yang pernah berbelanja di Jogja City Mall.

Kata kunci : *hedonic shopping motivations, availability of time, availability of money, impulse buying.*