

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *DISCOUNT*, DAN PROMOSI GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* KONSUMEN *E-
COMMERCE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Antasya Rohma, NIM 2017011073

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Lifestyle*, *Discount*, dan promosi gratis ongkos kirim terhadap perilaku *impulse buying* konsumen *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha dengan sampel sebanyak 355 responden konsumen *e-commerce*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, dengan pengolahan data dilakukan menggunakan software komputer SPSS 25 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh signifikan dari *Lifestyle*; (2) ada pengaruh signifikan dari *Discount* ; (3) ada pengaruh signifikan dari promosi gratis ongkos kirim; (4) ada pengaruh signifikan dari *Lifestyle*, *Discount* , dan promosi gratis ongkos kirim terhadap perilaku *impulse buying* konsumen *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Discount*, promosi gratis ongkos kirim, *impulse buying*, *e-commerce*

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *DISCOUNT*, DAN PROMOSI GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* KONSUMEN *E-
COMMERCE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

By

Antasya Rohma, NIM 2017011073

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Lifestyle, Discounts, and free shipping promotions on the impulse buying behavior of e-commerce consumers among Ganesha Education University students. The type of research used in this research is quantitative research with a causal research design. The population used was all Ganesha Education University students with a sample of 355 e-commerce consumer respondents. The data collection method used in the research used the questionnaire method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, with data processing carried out using SPSS 25 for Windows computer software. The results of this research show that (1) there is a significant influence from Lifestyle; (2) there is a significant influence from Discount; (3) there is a significant influence from the free shipping promotion; (4) there is a significant influence of Lifestyle, Discounts, and free shipping promotions on the impulse buying behavior of e-commerce consumers among Ganesha University of Education students.

Keywords: Lifestyle, Discount, free shipping promotion, impulse buying, e-commerce