

## **ABSTRAK**

Saat Harbolnas terjadi pengguna E-commerce Shopee sangat antusias karena saat Shopee memberikan promo gratis ongkos kirim, diskon produk tertentu dan cashback tanpa minimal pembelanjaan. Namun dari fenomena tersebut masyarakat juga beranggapan bahwa hal tersebut dapat membuat perilaku konsumtif, karena tergiur dengan adanya free shipping, potongan diskon dan cashback sehingga konsumen melakukan check out barang yang tidak perlu mereka beli. Perbedaan transaksi E-commerce pada saat Harbolnas dan hari biasa mempengaruhi sifat impulse buying.

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara Sales Promotion, Hedonic Shopping Motive dan Shopping Lifestyle terhadap Impulsive Buying pada Harbolnas event di aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan penelitian Deskriptif analisis, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 97 yang telah menggunakan aplikasi shopee pada Harbolnas event.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, secara keseluruhan Sales Promotion termasuk dalam kategori sangat baik dengan skor 85%, Hedonic Shopping Motive termasuk dalam kategori baik dengan skor 84%, Shopping Lifestyle secara keseluruhan termasuk baik. kategori dengan skor 85%. Hasil pengujian menggunakan uji T parsial, uji F simultan dan Koefisien Determinasi. Variabel Sales Promotion tidak berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying, Hedonic Shopping Motive berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying, Shopping Lifestyle berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying.

Shopee sebaiknya menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan trend yang ada, meningkatkan promosi kepada pelanggan, dan menggunakan media yang tepat, membuat pola penawaran yang lebih menarik agar konsumen merasa senang saat mengunjungi Shopee pada saat Harbolnas event dan perusahaan Shoppe juga dapat meningkatkan pola strategi untuk menciptakan minat konsumen dalam rangka menciptakan gaya hidup baru yang dapat menjadi peluang bagi perusahaan Shoppe untuk meningkatkan pasar.

**Keywords:** Sales Promotion, Hedonic Shopping Motive, Shopping Lifestyle, Impulsive Buying, Harbolnas,Shopee.