

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh penggunaan Paylater, gaya hidup hedonis, dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying behavior*) di kalangan mahasiswa pengguna aplikasi Shopee di Kota Bandung. Latar belakang penelitian ini adalah fenomena meningkatnya transaksi e-commerce dan penggunaan layanan pembayaran tunda yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan bagi mahasiswa. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara kuantitatif pengaruh masing-masing variabel independen (Paylater, gaya hidup hedonis, promosi penjualan) secara parsial dan simultan terhadap variabel dependen (pembelian impulsif). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan kausal, data dikumpulkan melalui kuesioner online dari 386 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, serta koefisien determinasi dengan SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen penggunaan Paylater, gaya hidup hedonis, dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap *impulsive buying behavior*. Penggunaan Paylater teridentifikasi sebagai faktor dengan pengaruh terbesar. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor pendorong pembelian impulsif di kalangan mahasiswa, yang berimplikasi pada pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang bertanggung jawab dan strategi pemasaran yang etis. Disarankan agar Shopee memaksimalkan fitur Paylater dan promosi yang dipersonalisasi sambil menyeimbangkannya dengan edukasi keuangan untuk mencegah dampak negatif jangka panjang.

Kata kunci: Penggunaan Paylater, Gaya Hidup Hedonis, Promosi Penjualan, *Impulsive Buying Behavior*, Mahasiswa, Shopee