ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, kualitas website, *e-wom* dan motif belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada *e-commerce* Shopee.co.id. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi penjualan, kualitas website, *e-wom* dan motif belanja hedonis sebagai variabel independen, serta pembelian impulsif sebagai variabel dependen.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 113 responden yang merupakan mahasiswa di Kota Semarang yang pernah melakukan pembelian yang bersifat impulsif pada Shopee.co.id. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS.

Hasil penelitian ini menujukkan bahwa promosi penjualan, kualitas website, *e-wom* dan motif belanja hedonis memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Website, *e-WOM*, Motif Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif