

**PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVTION DAN IMPULSE PADA
MAHASISWA (STUDI LITERATUR)**

Muhammad Rayhan Ediwiranata

14518852

**Fakultas Psikologi
Universitas Gunadarma**

ABSTRAK

Mahasiswa adalah individu yang sedang menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta ataupun lembaga yang setingkat dengan perguruan tinggi. Dalam aktivitas berbelanja mahasiswa sering kali berlebihan. Aktivitas berbelanja tidak hanya dilakukan oleh perempuan, tetapi juga laki-laki, individu dengan penghasilan yang tinggi maupun rendah. Secara umum individu melakukan kegiatan berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya akan tetapi ada beberapa orang yang membeli rang tanpa direncanakan dahulu. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara literatur tentang pengaruh hedonic shopping motivation dan perilaku impulsive buying pada mahasiswa. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik compare dan contrast.. Pada hasil analisis compare terdapat kesamaan dalam penggunaan teknik pengambilan data penelitian, hasil penelitian, dan kesamaan penggunaan subjek yang digunakan untuk penelitian. Selain itu hasil analisis contrast dalam penelitian ini, yaitu terdapat perbedaan dalam tujuan penelitian, hasil pengambilan data, dan jenis platform yang digunakan untuk berbelanja.

Kata Kunci: *Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying, Mahasiswa*
(ix + 44)