

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA *HEDONIC SHOPPING VALUE* DENGAN *IMPULSE BUYING* PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS BUNG HATTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *hedonic shopping value* dengan *impulse buying* pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *hedonic shopping value* sedangkan variabel terikat adalah *impulse buying*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *hedonic shopping value* dan skala *impulse buying* menggunakan metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael adalah cara untuk menemukan jumlah sampel yang memenuhi syarat berikut: diketahui jumlah populasinya; pada taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%; dan cara ini khusus digunakan untuk sampel yang berdistribusi normal. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 182 orang dengan taraf signifikan 10% mahasiswa aktif Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Hasil koefisien validitas pada skala *hedonic shopping value* dengan nilai *corrected item-total correlation* berkisar antara 0,398 sampai dengan 0,694 sedangkan koefisien reliabilitasnya sebesar 0,900. Hasil koefisien validitas pada skala *impulse buying* dengan nilai *corrected item-total correlation* berkisar antara 0,313 sampai dengan 0,723 sedangkan koefisien reliabilitas sebesar 0,928. Berdasarkan analisis data, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,343 dengan taraf signifikansi 0,000 diperoleh, yang berarti hipotesis diterima. Sumbangan efektif (*R square*) dari variabel *hedonic shopping value* terhadap variabel *impulse buying* adalah sebesar 12%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah yang berarah positif dan signifikan antara *hedonic shopping value* dengan *impulse buying* pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta.

Kata kunci: *hedonic shopping value, impulse buying, mahasiswa, jurusan manajemen, universitas bung hatta*

ABSTRACT

" THE RELATIONSHIP BETWEEN HEDONIC SHOPPING VALUE AND IMPULSE BUYING AMONG MANAGEMENT STUDENTS AT BUNG HATTA UNIVERSITY"

This study aims to determine the relationship between hedonic shopping value and impulse buying among students in the Management Department at Bung Hatta University. The independent variable in this study is hedonic shopping value, while the dependent variable is impulse buying. The measurement tools used in this research are the hedonic shopping value scale and the impulse buying scale, utilizing the method developed by Isaac and Michael for determining the sample size that meets the following conditions: known population size; at error levels of 1%, 5%, and 10%; and this method is specifically used for samples with a normal distribution. Therefore, the sampling technique employed in this research is simple random sampling. The sample in this study consists of 182 active students from the Management Department at Bung Hatta University, with a significance level of 10%. Validity and reliability tests in this research use the Alpha Cronbach technique. The validity coefficient results on the hedonic shopping value scale, with corrected item-total correlation values ranging from 0.398 to 0.694, while the reliability coefficient is 0.900. The validity coefficient results on the impulse buying scale, with corrected item-total correlation values ranging from 0.313 to 0.723, while the reliability coefficient is 0.928. Based on data analysis, a correlation value of 0.343 with a significance level of 0.000 is obtained, indicating that the hypothesis is accepted. The effective contribution (R square) of the hedonic shopping value variable to the impulse buying variable is 12%. This indicates that there is a low, positive, and significant relationship between hedonic shopping value and impulse buying among students in the Management Department at Bung Hatta University.

Keywords: hedonic shopping value, impulse buying, students, management department, bung hatta university