ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan adanya penemuan-penemuan baru pada bidang teknologi nirkabel memungkinkan para pengguna untuk mengakses *e-commerce* tidak hanya melalui komputer namun juga menggunakan perangkat nirkabel. Pertumbuhan pesat *mobile phone* yang dikombinasikan dengan perkembangan teknologi nirkabel menjadikan *m-commerce* sebagai suatu bagian penting dari strategi bisnis. Line mencicipi ranah *m-commerce* di Indonesia dengan program diskon belanja melalui akun Line Shopping. Hingga saat ini Line Shopping merupakan satu-satunya komunitas *online buyer* terbesar di Indonesia. Motivasi belanja utilitarian dan hedonis perlu dipahami konsumen dalam menentukan preferensi (pilihan) produk. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuisioner terhadap 384 orang responden dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Dengan menggunalan teknik analisis data secara deskriptif dan menggunakan regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji linearitas. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan uji statistik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan multikolinearitas, serta hubungan antar variabel adalah linear. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa motivasi belanja utilitarian dan hedonis berpengaruh secara simultan terhadap preferensi pembelian *online*, sebesar 58,4% atau berada pada kategori cukup tinggi. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa bahwa motivasi belanja utilitarian dan hedonis berpengaruh secara parsial terhadap preferensi pembelian *online.*

Kata kunci : Motivasi belanja utilitarian, motivasi belanja hedonis, preferensi pembelian *online,* Line Shopping.