

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan aktivitas belanja online ditengah pandemic covid-19 dan keberhasilan Shopee menjadi Top *E- Commerce* sejak kuartal 4 di tahun 2019 serta pernyataan bahwa kategori fashion menjadi kategori favorit bagi pengguna. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *fashion involvement*, bagaimana *sales promotion*, bagaimana *hedonic shopping*, bagaimana *E-impulse buying*, besarnya pengaruh *fashion involvement*, *sales promotion*, dan *hedonic shopping motivation* terhadap *E-impulse buying fashion product* baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini juga menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Fashion Involvement* (X_1) berada pada kategori baik, variabel *Sales Promotion*(X_2) berada pada kategori cukup baik, variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X_3) berada pada kategori sangat baik, dan *E-Impulse Buying* (Y) berada pada kategori sangat baik. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa *Fashion Involvement* (X_1), *Sales Promotion* (X_2), dan *Hedonic Shopping Motivation* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Impulse Buying* (Y) *fashion product* pada marketplace Shopee di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil uji analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 39,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu *fashion involvement*, *sales promotion* dan *hedonic shopping motivation* terhadap variabel dependen yaitu *e-impulse buying* adalah 39,8% sedangkan sisanya 60,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Fashion Involvement*, *Sales Promotion*, *E-Impulse Buying*, *Fashion Product*, Shopee