

ABSTRAK

Konsumen dapat dengan mudah dihadapkan pada informasi tentang promosi menarik terkait dengan produk yang dijual di situs belanja *online daily deal* sesaat setelah mengakses internet. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis keterlibatan motivasi hedonis dan motivasi utilitarian terhadap pembelian impulsif, terutama jika terdapat keberadaan faktor eksternal seperti harga, kepercayaan, dan kenyamanan.

Jenis penelitian ini adalah kausal dan teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil sebanyak 68 sampel dengan menggunakan kuesioner dan dengan rentang usia responden antara 17 tahun hingga 25 tahun. Tidak sampai disitu, responden diharuskan telah *sign up* dan bertransaksi pada situs belanja *online daily deal* paling tidak satu kali dan telah terdaftar minimal selama empat bulan. Pemilihan sampel tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan penentuan jumlah sampel menggunakan teknik *unknown population*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dan data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan teknik analisis SEM PLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kepercayaan, dan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi hedonis dan utilitarian. Begitu pula dengan harga, kepercayaan, dan kenyamanan yang juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci : Motivasi Hedonis, Motivasi Utilitarian, Harga, Kepercayaan, Kenyamanan, Pembelian Impulsif, *Young Adult*, *Daily Deal*.