

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *SALES PROMOTION*, DAN  
*HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
PRODUK KOSMETIK MEREK *BARENBLISS*  
PADA SHOPEE DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Andalas



Diajukan Oleh:

**SYIFA TU SAKDIYAH**

**2010522024**

**Dosen Pembimbing:**

**Danny Hidayat, S.E., M.M., CMA., CEIP., CEAP.**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2024**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement*, *sales promotion*, dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulse buying* produk kosmetik merek Barenbliss pada Shopee di Kota Padang. Sampel penelitian ini didapatkan melalui metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 135 responden yang dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, *sales promotion* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulse buying*, dan *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Keywords : ***Celebrity Endorsement, Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying***

