

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN KOMPULSIF PRODUK *FASHION* PADA SHOPEE DI  
KOTA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Andalas



**UNIVERSITAS ANDALAS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PAYAKUMBUH**

**2026**

## ABSTRAK

Meningkatnya aktivitas belanja online, khususnya produk *fashion*, menunjukkan adanya kecenderungan konsumen melakukan pembelian tidak terencana yang dipengaruhi oleh dorongan emosional dan kesenangan saat berbelanja. Penelitian bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap pembelian kompulsif produk *fashion* pada shopee di Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden penelitian berjumlah 140 responden, kemudian data diolah serta dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software *SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan variabel pencarian petualang, pencarian kepuasan, dan belanja untuk ide berpengaruh signifikan terhadap pembelian kompulsif, sedangkan belanja untuk orang lain, belanja social dan belanja untuk nilai lebih tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian kompulsif. Hal ini menjelaskan bahwa pembelian kompulsif lebih dipengaruhi oleh motivasi hedonis yang bersifat emosional dibandingkan motivasi rasional atau sosial.

