

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan peran *social commerce* dengan *implusive buying* pada generasi milenial. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara *social commerce* dengan *implusive buying* pada generasi milenial. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 100 subjek. Pengambilan pada penelitian ini menggunakan *purposive* sampling dengan menggunakan Skala *Social Commerce* dan Skala *Implusive Buying*. Data penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman' rho* yang di kembangkan oleh Charles Spearman dengan *computer software*. Berdasarkan hasil analisis memperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,373. Hasil tersebut menunjukkan ada korelasi yang positif antara *social commerce* dengan *implusive buying* pada generasi milenial. Adapun sumbangan kontribusi *social commerce* sebesar 36,3% terhadap *implusive buying* dan sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Social Commerce, Implusive Buying, Generasi Milenial*

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the role of social commerce and impulsive buying in the millennial generation. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between social commerce and impulsive buying in the millennial generation. The subjects in this study were 100 subjects. Intake in this study using purposive sampling using the Social Commerce Scale and Impulsive Buying Scale. The research data used the Spearman's rho correlation analysis technique developed by Charles Spearman with computer software. Based on the results of the analysis obtained a correlation coefficient (r_{xy}) = 0.373. These results show that there is a positive correlation between social commerce and impulsive buying in the millennial generation. The contribution of social commerce is 36.3% towards impulsive buying and the remaining 63.7% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Social Commerce, Impulsive Buying, Millennial Generation