



**LETTER OF ACCEPTANCE
FOR SCIENTIFIC ARTICLES PUBLICATION**

No: 426/MGE/JBM/IX/2026

Hereby we announce that the article entitled:

Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Fashion Involvement dan Sales Promotion terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Shopee di Kabupaten Sidoarjo

Submitted by:

Name : **Lintang, Rizky Eka Febriansah, Kumara Adji Kusuma**

Institution : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title : **Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Fashion Involvement dan Sales Promotion terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Shopee di Kabupaten Sidoarjo**

Has been **ACCEPTED** and will be published in **JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi**

Vol : 4

No : 2

Month : October

Year : 2026

Thank you for submitting your article to our journal. We wish you all possible success in the future

Tegal, 22 September 2026

Editor in Chief,

Mohammad Arridho N. A., M.M

Indexing by:



Submissions

My Queue

Archives 1

Help

Archived Submissions



Filters

New Submission

798 **Lintang et al.**

Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Fashion Involvement dan Sales Promotion terhadap I...

1

Published

View



Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Fashion Involvement dan Sales Promotion terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Shopee di Kabupaten Sidoarjo

1 of 16

100%

🖨️ 📄 📑 📌 ⏏️



JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 2, October 2026, p. 3934-3949

3934

Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Fashion Involvement* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna Shopee di Kabupaten Sidoarjo

Lintang^{1*}, Rizky Eka Febriansah², Kumara Adji Kusuma³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*E-mail: rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 19-09-2026

Revision: 03-10-2026

Published: 05-10-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i2.798

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Fashion Involvement*, dan *Sales Promotion* terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee di Kabupaten Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Sidoarjo yang berusia minimal 17 tahun dan merupakan pengguna platform *e-commerce Shopee* dengan riwayat penggunaan aplikasi minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner online melalui *Google Form*, dan jawaban diukur menggunakan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 22. Hasil

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.