

Pengaruh *Anchor Material*, *Anchor Virtue* dan *Sensing Mentality* terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Pengguna *E-Commerce*

Citra Dwi Sabilla¹, Bagus Riyono²

^{1,2} Universitas Gadjah Mada

email : ¹citradwisabilla@mail.ugm.ac.id, ²bagus@ugm.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the influence of anchor material, anchor virtues, and sensing mentality to impulsive buying behavior. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research sample comprises 208 respondents aged 18-37 years who had made online purchases in e-commerce. Data was collected online using the anchor material, anchor virtues, sensing mentality and impulsive buying behavior scales. This study use multiple linear regression analysis variable with IBM SPSS Statistics 22. The results show that anchor material, anchor virtues, and sensing mentality have role on impulsive buying behavior simultaneously $R^2 = 0.247$ ($p = 0.00$). In this case, anchor material and sensing mentality have a positive relationship while anchor virtues have a negative relationship to impulsive buying behavior.*
Keywords : *anchor material, anchor virtues, sensing mentality, and impulsive buying behavior*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh anchor material, anchor virtues, dan sensing mentality terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna e-commerce. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian melibatkan 208 responden dengan rentang usia 18-37 tahun yang pernah melakukan pembelian online di e-commerce. Pengambilan data dilakukan secara online dengan menggunakan skala anchor material, skala anchor virtues, sensing mentality, dan perilaku pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan IBM SPSS Statistics 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh anchor material, anchor virtues, dan sensing mentality terhadap perilaku pembelian impulsif secara simultan sebesar $R^2 = 0,247$ ($p = 0,00$). Dalam hal ini anchor material dan sensing mentality memiliki hubungan positif sedangkan anchor virtues memiliki hubungan negatif terhadap perilaku pembelian impulsif.

Kata kunci: *anchor material, anchor virtues, sensing mentality, dan perilaku pembelian impulsif*