

ABSTRAK

Pengaruh *Financial Literacy*, Faktor Situasional dan Emosi Positif Terhadap *Impulsive Buying Behavior* pada Belanja *Online* Generasi Milenial DKI Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial Literacy*, Faktor Situasional dan Emosi Positif terhadap *Impulsive Buying Behavior* generasi milenial pada pembelian *online* di DKI Jakarta. Pengumpulan data menggunakan data primer berupa angket kuesioner kepada 112 responden dan wawancara terhadap 8 responden. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear ganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Literacy*, Faktor Situasional dan Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Variabel bebas *Financial Literacy*, Faktor Situasional dan Emosi Positif mampu menjelaskan variabel *Impulsive Buying Behavior* sebesar 32,8%. Sementara sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil pada uji F juga membuktikan bahwa variabel bebas *Financial Literacy*, Faktor Situasional dan Emosi Positif secara bersama-sama dapat digunakan untuk menguji variabel terikat *Impulsive Buying Behavior*.

Kata kunci: *financial literacy*, faktor situasional, emosi positif, *impulsive buying behavior*, generasi milenial, belanja *online*.