

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Diskon, E-WOM dan Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif di Aplikasi Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna aktif Aplikasi Tokopedia di Indonesia. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik sampling menggunakan *Purposive sampling method*. Data dilakukan menggunakan kuestioner yang disebarluaskan menggunakan *Google Form*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 27. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa: (1) diskon berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif, (2) *e-wom tidak* berpengaruh terhadap *pembelian impulsif*, (3) kualitas website berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Tokopedia untuk dapat memberikan lebih banyak waktu ketika mengadakan diskon sehingga konsumen dapat lebih leluasa untuk melakukan pembelian impulsif, (2) diharapkan kepada Tokopedia untuk meningkatkan jaminan keamanan bagi konsumen agar konsumen yang telah memberikan informasi pribadinya akan lebih merasa aman, (3) Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada marketplace lainnya dengan menambah variabelnya.

Kata Kunci : Diskon, E-WOM, Kualitas Website, Pembelian Impulsif, Tokopedia

SUMMARY

This research was conducted to determine the effect of Discounts, E-WOM and Website Quality on Impulsive Purchases on the Tokopedia Application. The population in this study are all active users of the Tokopedia application in Indonesia. The samples taken in this study were 100 respondents. The sampling technique uses purposive sampling method. Data was collected using a questionnaire distributed using Google Forms. The analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of SPSS 27 software. Based on the results of the research and data analysis, it was shown that: (1) discounts have a positive effect on impulsive purchases, (2) e-WOM has no effect on impulsive purchases, (3) website quality has a positive effect on impulsive purchases. The implications of this research are expected to be a consideration for Tokopedia to be able to provide more time when holding discounts so that consumers can be more flexible to make impulsive purchases, (2) it is hoped that Tokopedia will increase security guarantees for consumers so that consumers who have provided their personal information will be more feel safe, (3) Researchers can then conduct research on other marketplaces by adding variables.

Keywords : Discount, E-WOM, Website Quality, Impulsive Purchase, Tokopedia

