

ABSTRAK

Fiorentina (1199240062): “PENGARUH DISKON HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PENGGUNA APLIKASI SHOPEE” (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2019)

Seiring dengan kebutuhan masyarakat yang meningkat banyak aplikasi *e-commerce* yang juga mulai bermunculan dengan beragam kemudahan yang ditawarkan. Promosi penjualan pada *e-commerce* dan kualitas produk yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon harga dan kualitas produk terhadap *impulsive buying*.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas peneliti menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2019. Sampel yang digunakan sebanyak 65 responden. Teknik pengolahan data dengan analisis deskriptif, uji reliabilitas, uji validitas, uji t, uji F, dan uji regresi linear berganda menggunakan SPSS ver26.

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Hasil dari uji F dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh diskon harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap *impulsive buying* (Y). Adapun nilai persentase menggunakan uji koefisien determinasi R^2 dengan nilai sebesar 35,7% berada dalam kategori rendah. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antar variabel pada penelitian ini memiliki hubungan yang rendah.

Kata Kunci: Diskon Harga, Kualitas Produk, *Impulsive Buying*