

**PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS *WEBSITE*,
DAN KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA *E-COMMERCE***

**(Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta)**

Sri Devi Aritonang

NIM.141150090

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Peneletian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh harga, promosi penjualan, kualitas *website* dan kualitas pelayanan elektronik terhadap pembelian impulsif di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 144 responden, dengan kriteria mahasiswa aktif UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2015-2018 dan pernah melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee setidaknya sekali. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 17. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) adanya pengaruh positif dan signifikan dari harga, promosi penjualan, kualitas *website* dan kualitas pelayanan elektronik terhadap pembelian impulsif, (2) adanya pengaruh positif dan signifikan harga terhadap pembelian impulsif, (3) adanya pengaruh positif dan signifikan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif, (4) adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas *website* terhadap pembelian impulsif (5) tidak adanya pengaruh dari kualitas pelayanan elektronik terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: *e-commerce*, pembelian impulsif, harga, promosi penjualan, kualitas *website*, kualitas pelayanan elektronik