

ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Bertransaksi di *E-Commerce*

Seiring dengan tersedianya beragam tempat belanja *online* seperti *e-commerce* dan metode pembayaran digital seperti *e-wallet* di Indonesia dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan dalam kegiatan berbelanja secara *online* membuat terjadinya peningkatan konsumsi masyarakat yang pesat. Dengan terjadinya peningkatan konsumsi masyarakat tersebut, mereka tidak hanya membeli suatu produk yang dibutuhkan saja melainkan juga membeli barang hanya atas dasar keinginan saja atau tanpa terencana yang mengarah kepada perilaku pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari penggunaan *e-wallet* dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif dalam bertransaksi di *e-commerce*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* dengan sampel yang berjumlah 104 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pemberian kuisioner. Data tersebut diolah menggunakan metode uji statistik deskriptif, uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis serta menggunakan alat bantu SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.

Kata Kunci: Perilaku pembelian impulsif, *E-commerce*, *E-wallet*