

ABSTRAK

PENGARUH POTONGAN HARGA, CASHBACK, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET OVO TERHADAP MINAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

Yola Mahanisa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian impulsif pengguna aplikasi *e-wallet* OVO pada mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Lampung yang menggunakan *e-wallet* OVO berjumlah 251 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 72 orang menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling* yang berarti teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengumpulan data menggunakan data primer dengan mengumpulkan informasi langsung dari informan pertama dengan media kuesioner. Perhitungan menggunakan olah data SPSS dengan hasil bahwa terdapat pengaruh potongan harga, *cashback*, dan kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet* OVO terhadap minat pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung dengan kadar determinasi sebesar 63,7% dan 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Cashback*, Kemudahan Penggunaan, Minat Pembelian Impulsif, Potongan Harga

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS, CASHBACK, AND EASE OF USE OF THE OVO E-WALLET APPLICATION ON IMPULSIVE PURCHASING INTEREST IN STUDENTS DEPARTMENT OF SCIENCE EDUCATION LAMPUNG UNIVERSITY SOCIAL FACULTY

By

Yola Mahanisa

This study aims to determine the factors that influence the impulse buying interest of users of the OVO e-wallet application among students of the Department of Social Sciences FKIP, University of Lampung. This research uses also-scientific research with a qualitative approach. The population of this study were 251 students of the Social Sciences Department at the University of Lampung who used the OVO e-wallet. The sample used was 72 people using a non-probability sampling technique using a purposive sampling method, which means a sample determination technique with certain considerations. Data collection uses primary data by collecting information directly from the first informant using questionnaires. Calculations use SPSS data processing with the result that there is an effect of price discounts, cashback, and ease of use of the OVO e-wallet application on impulse buying intentions in students of the Department of Social Sciences FKIP, University of Lampung with a determination rate of 63.7% and 36.3% are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : *Cashback, Discounts, Ease of Use, Impulsive Purchase Intentions*