

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, POTONGAN HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA APLIKASI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA PENDIDIKAN IPS UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh :

AMELIA PUTRI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel literasi keuangan, potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian impulsif pengguna aplikasi *e-commerce* shopee pada Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 292 Mahasiswa aktif Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung angkatan 2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 169 responden. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan uji t dan secara simultan dilakukan dengan uji F. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan antara literasi keuangan, potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian impulsif pengguna *e-commerce* shopee pada Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh $F_{hitung} = 71,341$ dan $F_{tabel} 2,66$ yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan kadar determinasi R Square (R^2) yang diperoleh sebesar 0,565 atau 56,5% sedangkan 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : literasi keuangan, potongan harga, kemudahan penggunaan, pembelian impulsif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, DISCOUNTS AND EASE OF USE OF APPLICATIONS ON IMPULSE PURCHASES OF E-COMMERCE APPLICATION USERS SHOPEE ON EDUCATION STUDENTS IPS UNIVERSITY OF LAMPUNG

By :

AMELIA PUTRI

This study aims to determine the effect of financial literacy variables, discounts and ease of use on impulse purchases of shopee e-commerce application users on students of the FKIP PIPS Department, Lampung University. In this study, the research method used is a descriptive verification method with a quantitative approach. The population in this study amounted to 292 active students of the FKIP PIPS Department, University of Lampung class of 2020. The sampling technique in this study was non probability sampling using purposive sampling technique which amounted to 169 respondents. Hypothesis testing was partially carried out with the T test and simultaneously carried out with the F test. The results showed that there was a significant partial or simultaneous influence between financial literacy, discounted prices and ease of use on impulse buying decisions of shopee e-commerce users on students of the FKIP PIPS Department, University of Lampung. Based on the results of hypothesis testing, $F_{\text{count}} 71.341$ and $F_{\text{table}} 2.66$ were obtained, which means that $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$, with the level of determination R Square (R^2) obtained of 0.565 or 56.5% while 43.5% was influenced by other variables not examined in this study.

keyword : financial literacy, discounts, ease of use, impulse purchases