

Website Quality, Discount, and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying Behavior: A Case Study of Shopee Users in South Tangerang City

By Syarifa Afiyani

Abstract

Activities for online shopping are growing in Indonesia. This is supported by post-pandemic conditions, an increase in internet users, and records of e-commerce transactions which have increased from the previous year. Shopee is present as one of the popular e-commerce in Indonesia by offering various product categories. This research aims to prove whether website quality, discount, and shopping lifestyles can affect impulse buying behavior. The population in this study are Shopee users who live in South Tangerang City with a sample of 100 respondents using non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. This study uses a quantitative method and uses the SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that website quality has no significant effect on impulsive buying behavior. In addition, discount and shopping lifestyle have a positive and significant impact on impulse buying behavior. Then, it can be seen that the highest factor influencing the impulse buying behavior of Shopee users in South Tangerang City is a discount of 0.391 or 39.1%.

Keywords: *impulse buying behavior, website quality, discount, shopping lifestyle, Shopee*

Kualitas *Website*, Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang Selatan

Oleh Syarifa Afiyani

Abstrak

Aktivitas untuk berbelanja *online* kian berkembang di Indonesia. Hal ini didukung oleh kondisi pasca pandemi, adanya peningkatan pengguna internet, dan catatan transaksi *e-commerce* yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Shopee hadir sebagai salah satu *e-commerce* yang eksis di Indonesia dengan menawarkan berbagai macam kategori produk. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah kualitas *website*, potongan harga, dan gaya hidup berbelanja dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna Shopee yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non probability* sampling dan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, potongan harga dan gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Kemudian, dapat diketahui bahwa faktor tertinggi yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pengguna Shopee di Kota Tangerang Selatan adalah potongan harga sebesar 0,391 atau 39,1%.

Kata Kunci: perilaku pembelian impulsif, kualitas *website*, potongan harga, gaya hidup berbelanja, Shopee