

ABSTRAK

Cintya Alisa, 2024. "*Pengaruh Price Discount dan Product Quality Terhadap Impulse Buying pada Pengguna Aplikasi E-Commerce (Studi pada Dosen FEBI IAIN Palopo)*". Dibimbing Oleh Jibria Ratna Yasir, S.E., M.SI.

Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah *price discount* dan *product quality* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap *impulse buying* pada dosen FEBI IAIN Palopo yang menggunakan aplikasi *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 58 orang sesuai dengan jumlah dosen FEBI yang tercatat dalam SK Rektor IAIN Palopo nomor 75 tahun 2021. Metode pengumpulan data dilaksanakan melalui distribusi kuesioner/angket dengan menggunakan media google form kepada dosen FEBI IAIN Palopo. Sebanyak 30 responden yang terpilih secara *purposive sampling* sebagai sampel penelitian. Data yang terkumpul kemudian di olah menggunakan perangkat lunak analisis SPSS. Proses analisis mencakup pemeriksaan teknik analisis data yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap *Impulse buying*, dan variabel *product quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap *impulse buying*. Sementara secara simultan *price discount* dan *product quality* berpengaruh signifikan dengan arah yang positif terhadap *Impulse buying* pada dosen FEBI IAIN Palopo yang menggunakan aplikasi *e-commerce*.

Kata Kunci: *Price discount, Product Quality, Impulse buying, E-commerce.*