

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH  
TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING  
PADA APLIKASI SHOPEE  
(Studi Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Khusnul Mahmudah  
1961282**

**Dosen Pembimbing :  
Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan *E-WOM* terhadap *online impulse buying* pada aplikasi Shopee (studi pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang pernah melakukan transaksi pada aplikasi Shopee. Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Data primer penelitian diperoleh dari pengumpulan kuesioner dan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, artikel, penelitian terdahulu, dan jurnal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan metode pengambilan sampel *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* dan *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying* pada aplikasi Shopee.

**Kata Kunci:** *Online Impulse Buying, Sales Promotion, E-WOM*