

## ABSTRAK

Lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang sangat pesat ini menjadikan generasi Z sudah terbiasa dengan berbagai alat canggih di kesehariannya. Kecanggihan teknologi informasi ini, membuat generasi Z terbiasa untuk memenuhi kebutuhannya lewat bantuan internet. *Online Shopping* merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan generasi Z dalam melakukan transaksi pembelian.

Penelitian ini menganalisis pengaruh diskon kualitas pelayanan dan atmosfer *E-commerce* terhadap pembelian impulsif konsumen generasi Z di kota Bandung. Responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z di kota Bandung yang menggunakan *E-commerce*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil Uji T Parsial menunjukkan bahwa hasil  $t_{hitung}$  diskon sebesar 6,594 dan hasil  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan sebesar 1,540 yang berarti kedua variabel mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian impulsif ini berarti jika diskon dan kualitas pelayanan ditingkatkan maka pembelian impulsif akan mengalami peningkatan secara signifikan, sedangkan hasil  $t_{hitung}$  atmosfer *E-commerce* sebesar 3,684 yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembelian impulsif ini berarti jika atmosfer *E-commerce* ditingkatkan maka tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Hasil dari Uji F menunjukkan hasil  $F_{hitung}$  73,359 ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara Diskon, Atmosfer *E-Commerce* dan Kualitas Pelayanan terhadap pembelian impulsif.

**Kata kunci** : Diskon, Atmosfer *E-commerce*, Kualitas Pelayanan, Pembelian Impulsif, Regresi Linear Berganda.

## **ABSTRACT**

*Born and growing up in the midst of this very rapid technological development, generation Z has become accustomed to various advanced tools in their health. The sophistication of this information technology, generation Z has become accustomed to meeting their needs through the help of the internet. Online Shopping is one of the activities carried out by generation Z in making purchase transactions.*

*This study analyzes the effect of discounts on service quality and E-commerce atmosphere on the impulsive purchases of generation Z consumers in the city of Bandung. The respondents in this study are generation Z in the city of Bandung who use E-commerce. The analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis.*

*The results of the Partial T Test show that the results of calculating discounts of 6,594 and the results of calculating service quality of 1,540 which means that both variables have a significant positive influence on impulsive purchases, this means that if discounts and service quality are increased, impulsive purchases will increase significantly, while the results of calculating the E-commerce atmosphere are 3,684 which means that there is no significant influence on these impulsive purchases. this means that if the E-commerce atmosphere is at the level, it has no effect on impulsive purchases. The results of the F Test show that the calculation of 73,359 means that there is a significant influence simultaneously (together) between Discounts, E-commerce Atmosphere and Service Quality on impulsive purchases.*

**Keywords** : *Multiple Linear Regression, Discounts, E-commerce atmosphere, Quality of Service, Impulsive Purchases*