

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan yang Dirasakan, Kegunaan yang Dirasakan, dan Aktifitas Promosi terhadap Emosi positif konsumen serta dampaknya pada Perilaku pembelian impulsif pada pengguna dompet digital ShopeePay di Jawa Tengah. Pada saat ini penggunaan dompet digital merupakan hal umum yang ada di masyarakat. Kemudahan serta keamanan yang diberikan melebihi penggunaan dompet konvensional, menarik minat calon pengguna terutama generasi milenial. Pergeseran penggunaan teknologi tersebut juga mengubah pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat di Jawa Tengah yang pernah melakukan transaksi melalui dompet digital ShopeePay. Jumlah sampel sebanyak 120 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner digital dan metode pengumpulan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan yang dirasakan, Kegunaan yang dirasakan, Aktifitas promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emosi Positif Konsumen. Diketahui pula bahwa Emosi Positif Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.

Kata kunci : Kemudahan yang Dirasakan, Kegunaan yang Dirasakan, Aktifitas Promosi, Emosi Positif Konsumen, Perilaku Pembelian Impulsif