

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet telah merubah banyak hal di Indonesia, diantaranya adalah perilaku pembelian *online* secara impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antara kualitas *website*, kondisi *flow*, *online trust*, dan *urge to buy online impulsively*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang melibatkan 135 responden. Responden pada penelitian ini berusia 17 tahun atau lebih yang mengunjungi toko *online* sekitar satu bulan yang lalu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner secara langsung, dan juga melalui *google form*. Data dianalisis menggunakan SEM dengan bantuan aplikasi AMOS. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas *website* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kondisi *flow* dan *online trust*. Sedangkan kualitas *website*, kondisi *flow*, dan *online trust* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *urge to buy online impulsively*.

Kata kunci: kualitas *website*, kondisi *flow*, *online trust*, dan *urge to buy online impulsively*.