

PENGARUH LIVE STREAMING DAN FLASH SALE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA APLIKASI SHOPEE

Lilik Uliarti¹, Rizki Wahyuning Damayanti²

INTISARI

Latar Belakang: Perkembangan internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan secara terus menerus, sehingga mempermudah masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan secara online seperti berbelanja pada media e-commerce. E-commerce di Indonesia yang berhasil mengundang perhatian masyarakat salah satunya adalah Shopee beserta programnya yaitu live streaming dan flash sale yang dapat mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian impulsif.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari live streaming dan flash sale terhadap pembelian impulsif pada aplikasi Shopee

Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik penentuan sampel yaitu non-probability sampling dengan metode purposive sampling.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya live streaming dan flash sale pada aplikasi Shopee berhasil membawa pengaruh terhadap pengguna untuk melakukan pembelian impulsif pada aplikasi Shopee.

Kesimpulan: Kesimpulannya variabel dari live streaming dan variabel dari flash sale berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada aplikasi Shopee. Yang mana pengguna Shopee akan lebih mudah melakukan pembelian impulsif ketika mereka melihat terdapat live streaming yang tengah berlangsung oleh penjual berikut dengan flash sale yang dimunculkan.

Kata Kunci: live streaming, flash sale, pembelian impulsif

¹Lilik Uliarti (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Rizki Wahyuning Damayanti (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND FLASH SALE ON IMPULSIVE BUYING ON THE SHOPEE APPLICATION

Lilik Uliarti ¹, Rizki Wahyuning Damayanti ²

ABSTRACT

Background: The development of the internet in Indonesia is always increasing continuously, making it easier for people to carry out various activities online such as shopping on e-commerce media. One of the e-commerce in Indonesia that has succeeded in attracting public attention is Shopee and its programs, namely live streaming and flash sales which can encourage people to make impulse purchases.

Objectives: This research aims to determine the effect of live streaming and flash sales on impulse purchases on the Shopee application

Method: This research uses primary data sources with a quantitative research type and uses a sampling technique, namely non-probability sampling with a purposive sampling method. The data used was from collecting questionnaires from 113 respondents. Data analysis was carried out using IBM SPSS tools

Results: The research results show that the existence of live streaming and flash sales on the Shopee application has succeeded in influencing users to make impulse purchases on the Shopee application.

Conclusion: In conclusion, variables from live streaming and variables from flash sales influence impulse purchases on the Shopee application. Shopee users will find it easier to make impulse purchases when they see a live streaming being carried out by the seller along with a flash sale being displayed.

Keywords: live streaming , flash sale , impulse purchase

¹ Lilik Uliarti (S-1) Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta

² Rizki Wahyuning Damayanti (S-1) Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta