

The Influence of Live Streaming Shopping and Flash Sales on Impulsive Purchases of Shopee Users in Jatinegara District

By Syabani Dinova

Abstract

This research aims to analyze the influence of two independent variables, namely "live streaming shopping" and "flash sale" on the impulsive buying behavior of users of the Shopee platform in the Jatinegara District area. The method used is quantitative, with descriptive analysis techniques to explain sample characteristics and inferential analysis techniques using the SmartPLS analysis tool version 4.0. The research population consisted of users of the Shopee platform in the Jatinegara District area, with a sample of 100 respondents selected using a non-probability sampling method. Data was obtained by distributing a Google Form questionnaire via social media. The analysis results show that live streaming shopping has a significant effect on impulse purchases, while flash sales do not have a significant effect on impulse purchases. This research provides a deeper understanding of the factors that influence impulse buying behavior in the context of live streaming shopping and flash sales on the Shopee e-commerce platform. The results of this research can provide guidance for Shopee and other e-commerce parties to design more effective marketing strategies and focus on flash sales to increase impulse purchases.

Keyword: *Live streaming shopping; Flash sale; Impulse buying; E-commerce; Shopee*

Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee di Kecamatan Jatinegara

Oleh Syabani Dinova

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari dua variabel bebas, yaitu "*Live streaming shopping*" dan "*Flash sale*" terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna *platform* Shopee di wilayah Kecamatan Jatinegara. Metode yang digunakan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif untuk menjelaskan karakteristik sampel dan teknik analisis inferensial menggunakan alat bantu analisis SmartPLS versi 4.0. Populasi penelitian terdiri dari pengguna *platform* Shopee di wilayah Kecamatan Jatinegara, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih dengan metode *non probability sampling*. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner *google form* melalui media sosial. Hasil analisis menunjukkan adanya *live streaming shopping* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, sedangkan *flash sale* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif dalam konteks *live streaming shopping* dan *flash sale* di *platform e-commerce* Shopee. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pihak Shopee dan *e-commerce* lainnya untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berfokus pada *flash sale* untuk meningkatkan pembelian impulsif.

Kata Kunci: *Live streaming shopping*; *Flash sale*; Pembelian Impulsif; *E-commerce*; Shopee