

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, SALES PROMOTION, AND  
CUSTOMER TRUST ON IMPULSE PURCHASES  
(STUDY ON TIKTOK SHOP CUSTOMERS)***

By Davina Anaira Putri

***Abstract***

*TikTok Shop's e-commerce platform in Indonesia has grown rapidly, becoming one of the leading players in the Southeast Asian e-commerce market. TikTok Shop's live commerce and affiliate marketing techniques capture the attention of the younger population, particularly Gen Z, and have resulted in a considerable boost in sales. However, a variety of reasons influence TikTok Shop customers' spontaneous purchases. The purpose of this study is to look at the impact of lifestyle, sales promotion, and customer trust on spontaneous purchases among TikTok Shop customers. The demographic for this study was TikTok Shop customers, with a purposeful selection method used to select 100 respondents from South Jakarta. This research offers quantitative data. Data processing was carried out with SmartPLS 4.0 software. The findings of this study show that lifestyle, sales promotion, and customer trust have a positive influence on impulse buying.*

***Keywords:*** *lifestyle, sales promotion, customer trust, impulse buying.*

# **PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (STUDI PADA PELANGGAN TIKTOK SHOP)**

**Oleh Davina Anaira Putri**

## **Abstrak**

Perkembangan TikTok Shop sebagai platform e-commerce di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, menjadikannya salah satu pemain terbesar di pasar e-commerce Asia Tenggara. Dengan strategi live commerce dan pemasaran afiliasi, TikTok Shop menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z, dan berhasil mencatatkan peningkatan penjualan yang signifikan. Namun, perilaku pembelian impulsif konsumen TikTok Shop dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, promosi penjualan, dan kepercayaan pelanggan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan TikTok Shop. Penelitian ini mengambil populasi dari pelanggan TikTok Shop, dengan sampel sebanyak 100 orang responden yang berdomisili di Jakarta Selatan yang diambil menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Pengolahan data dilakukan menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, promosi penjualan, dan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif.

**Kata Kunci:** gaya hidup, promosi penjualan, kepercayaan pelanggan, pembelian impulsif.