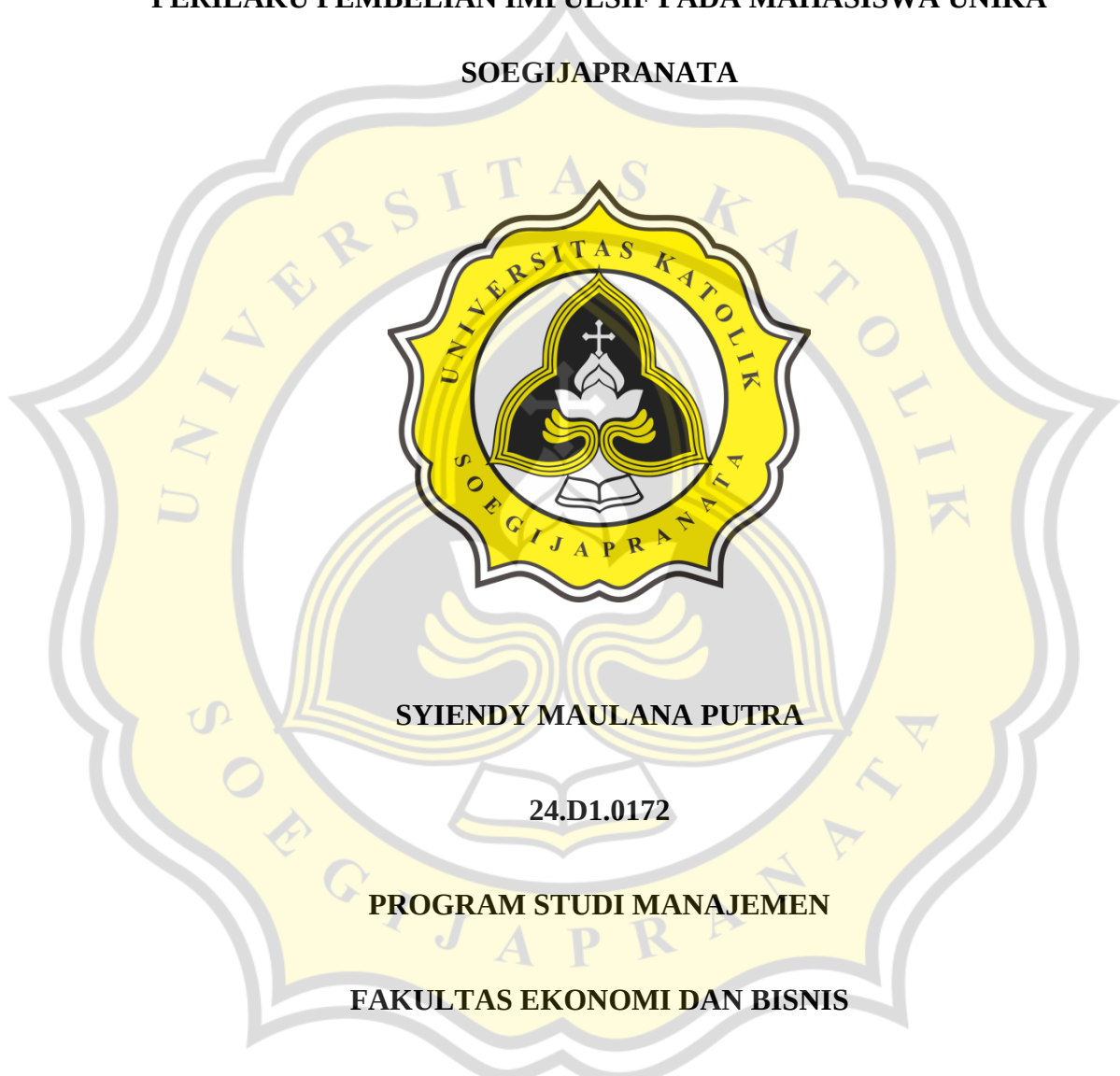


SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *LIVE COMMERCE* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA UNIKA
SOEGIJAPRANATA**



SYIENDY MAULANA PUTRA

24.D1.0172

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *LIVE COMMERCE* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA UNIKA**

SOEGIJAPRANATA

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana**



SYIENDY MAULANA PUTRA

24.D1.0172

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini dapat merubah masyarakat menjadi modern dan praktis, contohnya tren belanja secara *online*, seperti pada platform belanja online di Indonesia yaitu Shopee, *Marketplace Shopee* menawarkan berbagai promo *flash sale* dan ada juga *live streaming* untuk menarik konsumen supaya melakukan pembelian sesuatu secara impulsif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *flash sale* dan *live streaming* terhadap pembelian impulsif pada *marketplace Shopee* di Unika Soegijapranata Semarang. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *flash sale* dan *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace Shopee* di Unika Soegijapranata.

Kata kunci : Flash Sale; Live Streaming; Pembelian Impulsif

ABSTRACT

Current technological developments can change society to become modern and practical, for example the emergence of online shopping trends, such as on one of the online shopping platforms in Indonesia, namely Shopee. The Shopee marketplace offers various promotions such as flash sales and live streaming to attract consumers to make impulsive buying. The aim of this research is to test the effect of flash sales and live streaming on impulse buying on the Shopee marketplace in Soegijapranata University. The population in this research are consumers who have watched live streaming and are aware of the flash sale program on the Shopee marketplace in Soegijapranata University. This research shows the results that flash sales and live streaming have a significant positive effect on impulse buying on the Shopee marketplace in Soegijapranata University

Keywords : Flash Sale; Live Streaming; Impulse Buying