

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *live streaming* dan *flash sale* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa universitas dharma andalas. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas dharma Andalas yang jumlahnya diketahui dengan pasti. Sampel pada penelitian ini adalah 138 mahasiswa universitas dharma andalas, dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling method*, yaitu penentuan sampel atas dasar kesesuaian karakteristik dan kriteria tertentu. Data penelitian ini bersumber dari kuesioner yang disebarakan langsung kepada responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan IBM SPSS Statistik V21.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* (Y), *flash sale* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* (Y).

Kata kunci: *live streaming, flash sale dan impulse buying.*

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effects of live streaming and flash sales on impulse buying among students at Dharma Andalas University. The population consisted of Dharma Andalas University students with a known and fixed number. A total of 138 students were selected as the sample using a purposive sampling method, based on specific characteristics and criteria. Data were collected through questionnaires distributed directly to the respondents. The analysis was conducted using a quantitative method with IBM SPSS Statistics V21.0. The results show that live streaming (X1) has a positive and significant effect on impulse buying (Y), and flash sales (X2) also have a positive and significant effect on impulse buying (Y).

Keywords: live streaming, flash sales, and impulse buying