

ABSTARK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* dan diskon terhadap perilaku *implusive buying*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* sampel pada penelitian ini berjumlah sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kusioner digital googrl form dengan skala likert 5 poin. Metode analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structual Equation Model* berbasis *Partial Least Square* (PLS) 4.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku *implusive buying*, sedangkan diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *implusive buying*.

Kata Kunci: *Live streaming*, diskon, *Implusive buying* ,

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of live streaming and discounts on impulsive buying behavior. This study uses a quantitative approach with a sampling method using Proportionate Stratified Random Sampling, the sample in this study amounted to 100 respondents. The data used is primary data obtained from a digital Google form questionnaire with a 5-point Likert scale. The data analysis method used in this study is the Structural Equation Model based on Partial Least Square (PLS) 4.1. The results of this study indicate that live streaming has a positive and significant effect on impulsive buying behavior, while discounts have a positive and significant effect on impulsive buying behavior.

Keywords: Live streaming, discounts, impulsive buying.