

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming*, *flash sale* dan *big sale* shopee terhadap perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Metode yang digunakan pada Penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 responden dari populasi sebesar 4.300. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *live streaming* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, *flash sale* (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan *big sale* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan *live streaming*, *flash sale* dan *big sale* shopee berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci : *Live streaming*, *Flash Sale*, *Big Sale*, Perilaku Kosumtif, Mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of live streaming, flash sales and big sales shopee on consumptive behavior among students. This research was conducted at the Faculty of Economics and Business, University of Jambi. The method used in this research is a quantitative method. The technique used in sampling is purposive sampling technique. The number of samples taken was 98 respondents from a population of 4,300. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The data analysis technique in this study was carried out using the SmartPLS 4 application program. The results showed that partially live streaming (X1) did not have a significant effect on consumptive behavior, flash sales (X2) had a significant effect on consumptive behavior and big sales (X3) did not have a significant effect on consumptive behavior. Simultaneously live streaming, flash sales and big sales shopee have an effect on consumptive behavior.

Keywords: *Live streaming, Flash Sale, Big Sale, Consumptive Behavior, Students.*