

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh diskon *flash sale* terhadap *impulse buying* Shopee di Kota Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana diskon *flash sale* di Shopee, bagaimana *impulse buying* di Shopee, besarnya pengaruh diskon *flash sale* secara parsial terhadap *impulse buying* Shopee di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *snowball sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diskon *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada Shopee di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,291 > 1,98447$). Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa diskon *flash sale* mampu menjelaskan *impulse buying* sebesar 70,5% dan sisanya sebesar 29,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini, diskon *flash sale* pada Shopee di Kota Bandung sudah termasuk kedalam kategori baik, namun ada item yang perlu diperbaiki seperti Shopee harus banyak menawarkan diskon *flash sale* dibandingkan pesaingnya.

Kata kunci: *E-Commerce, Diskon Flash Sale, Impulse Buying*