

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dalam *Live Streaming* TikTok dan *Flash Sale* terhadap Pembelian Impulsif pada Produk *Local Fashion Brand Jiniso*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Pemasara Dalam *Live Streaming* TikTok dan *flash sale* terhadap pembelian impulsif konsumen pada produk local fashion brand pada akun TikTok @Jiniso.id.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming* TikTok dan *flash sale* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif konsumen pada produk local fashion brand Jiniso sebesar 0,874 atau 87,4% sedangkan sisanya sebesar 12,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi intensitas *Live Streaming* TikTok dan *flash sale*, semakin tinggi pula pembelian impulsif konsumen.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi bagi Jiniso untuk meningkatkan strategi pemasarannya melalui *Live Streaming* TikTok dan *flash sale*. Jiniso dapat meningkatkan frekuensi dan kualitas *Live Streaming* TikTok, serta menawarkan promo menarik dalam *flash sale* untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: *Live Streaming* TikTok, *Flash Sale*, Pembelian Impulsif, *Local Fashion Brand*, Jiniso.