

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh potongan harga, bebas ongkos kirim, dan *live streaming* terhadap pembelian impulsif pada *followers* TikTok @adhiva amalia. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform untuk promosi dan penjualan produk, terutama melalui TikTok, yang menjadi salah satu media sosial paling populer di Indonesia. Fenomena pembelian impulsif sering terjadi ketika pengguna mendapatkan penawaran menarik seperti potongan harga dan bebas ongkos kirim, serta interaksi langsung melalui *live streaming*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan *followers* TikTok @adhiva amalia dan telah melakukan pembelian melalui platform TikTok. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa potongan harga, bebas ongkos kirim dan *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *followers* TikTok @Adhiva Amalia. Dilihat dari uji  $f$  simultan yakni  $f$  hitung = 65.489 >  $f$  tabel 2.70 dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Pada uji  $R^2$  menunjukkan bahwa kontribusi variabel potongan harga, bebas ongkos kirim dan *live streaming* berdistibusi terhadap pembelian impulsif sebesar 67.2%. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa potongan harga, bebas ongkos kirim dan *live streaming* berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

**Kata Kunci:** Potongan Harga, Bebas Ongkos Kirim dan *Live Streaming*, Pembelian Impulsif

## ***ABSTRACT***

*This study aims to examine the influence of discounts, free shipping, and live streaming on impulsive buying among followers of TikTok @adhiva amalia. The background of this research is the increasing use of social media as a platform for product promotion and sales, especially through TikTok, which has become one of the most popular social media in Indonesia. The phenomenon of impulsive buying often occurs when users receive attractive offers such as discounts and free shipping, as well as direct interaction through live streaming.*

*The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are followers of TikTok @adhiva amalia and have made purchases through the TikTok platform. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to see the influence of each independent variable on the dependent variable.*

*Based on the test results, it shows that discounts, free shipping, and live streaming significantly influence impulsive buying among followers of TikTok @adhiva amalia. This is seen from the simultaneous  $F$  test, where  $F$  calculated =  $65.489 > F$  table  $2.70$ , and a significance level of  $0.000 < 0.05$ . The  $R^2$  test shows that the contribution of the variables of discounts, free shipping, and live streaming to impulsive buying is  $67.2\%$ . Thus, it can be concluded that discounts, free shipping, and live streaming have an influence on impulsive buying.*

**Keywords:** *Discounts, Free Shipping, Live Streaming, Impulse Buying*

