

**PENGARUH FITUR *SPAYLATER* DAN *FLASH SALE* TERHADAP
PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGGUNA SHOPEE DI KOTA
BLITAR**

Retno Kasih Kurniati

NIM. 21106620036

e-mail : retnokasih24@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Balitar Blitar

ABSTRAK

E-commerce adalah *platform* jual beli online yang memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli tanpa kehadiran fisik. Salah satu *marketplace* yang sangat terkenal di Indonesia adalah Shopee, karena kemudahan yang diberikan kepada konsumen serta berbagai program yang dapat mendorong minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari fitur *spaylater* dan *flash sale* terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee di Kota Blitar. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah *spaylater* dan *flash sale* sebagai variabel independen, sedangkan *impulsive buying* sebagai variabel dependen. Populasinya adalah para pengguna Shopee di Kota Blitar.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan ketentuan responden pernah menggunakan fitur *spaylater* dan *flash sale* pada Shopee dan berusia 18 tahun ke atas dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang diterapkan melibatkan penerapan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi. Selain itu, juga melibatkan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *spaylater* dan *flash sale* berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : *SPaylater, Flash Sale, Impulsive Buying*