

## ABSTRAK

**Mazroatus Saadah (2020310110), Pengaruh *Flash Sale*, *Tagline* “Gratis Ongkir”, dan Fitur *Live Streaming* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Shopee Di Pati Raya).**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan semua aktivitas bisa dilakukan secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh *flash sale* terhadap pembelian impulsif, pengaruh *tagline* “gratis ongkir” terhadap pembelian impulsif, dan pengaruh fitur *live streaming* terhadap pembelian impulsif pada generasi Z pengguna aplikasi shopee di Pati Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google formulir yang disebar ke 97 responden yang diuji dengan SPSS versi 21. Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji koefisien determinasi dan uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. *Tagline* “gratis ongkir” tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Dan fitur *live streaming* tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

**Kata kunci:** *Flash Sale*, *Gratis Ongkir*, *Live Streaming*, *Impulsif*, *E-Commerce*, *Gen Z*.