

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui serta menganalisis mengenai Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran dalam Impulse Buying pada Aplikasi Shopee. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 130 orang menggunakan teknik sampel memakai *purposive sampling*. Metode penelitian yang dipakai yakni dengan menggunakan metode kuantitatif serta teknik memakai analisis regresi linear berganda. Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang memperlihatkan bahwasanya pada variabel Flash sale mempengaruhi dengan positif dan signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  10,076 disertai nilai sig 0,000 ataupun ( $0,000 < 0,05$ ). Selanjutnya, Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Pembayaran berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  Pembayaran 6,340 disertai nilai sig 0,035 atau ( $0,035 < 0,05$ ) dan

Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang menunjukkan bahwa variabel Impulse Buying menunjukkan bahwasannya nilai  $F_{hitung}$  60,200 disertai nilai sig 0,000 ataupun ( $0,000 < 0,05$ ). Pada hasil penelitian serta pembahasan, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran mempengaruhi Impulse Buying di masyarakat Kabupaten Sidoarjo. dengan begitu hipotesis yang menyatakan Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran berpengaruh terhadap Impulse Buying dinyatakan diterima. Karena ketika meningkatnya Flash Sale dan terjalannya Kemudahan Pembayaran yang imbang dan baik dapat memberikan pengaruh terhadap Impulse Buying

## ABSTRACT

This research means to find out and analyze Flash Sale and Ease of Payment in Impulse Buying on the Shopee Application. The samples in this research is 130 people with a sample technique using purposive sampling. The research method used is by using quantitative methods and techniques using multiple linear regression analysis. In testing the data analysis using SPSS which shows that the Flash sale variable has a positive and significant effect with a tcount of 10.076 accompanied by a sig value of 0.000 or ( $0.000 < 0.05$ ). Furthermore, in testing the data analysis using SPSS which shows that the Ease of Payment variable has a positive and significant effect with a tcount value of 6.340 Payments accompanied by a sig value of 0.035 or

( $0.035 < 0.05$ ) and in testing data analysis using SPSS which shows that the Impulse Buying variable shows that the Fcount value is 60.200 accompanied by a sig value of 0.000 or ( $0.000 < 0.05$ ). Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that Flash Sale and Ease of Payment have an effect on Impulse Buying in the people of Sidoarjo Regency. Thus the hypothesis that Flash Sale and Ease of Payment affect Impulse Buying is declared accepted. Because when the Flash Sale increases and the establishment of a balanced and good Ease of Payment can have an impact on Impulse Buying.