

THE INFLUENCE *PRICE DISCOUNT, LIFESTYLE AND LIVE STREAMING ON IMPULSE BUYING THROUGH POSITIVE EMOTION AS AN INTERVENING VARIABLE*

(Survey of Generation Z Live Streaming TikTok Shop Consumers in Sleman Regency)

Vania Gladys Suwandi

141200006

Student of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business of National Development University “Veteran” Yogyakarta

141200006@student.upnyk.ac.id

ABSTARCT

This study aims to determine and analyze the effect of price discount, lifestyle and live streaming on impulse buying through positive emotion mediation. This research is a survey research using a questionnaire to collect data. The population in this study is generation Z who live in Sleman Regency and have made transactions at TikTok Shop. The sample in this study were 104 respondents using non-probability sampling method. The data analysis technique uses quantitative analysis expressed in numbers using SmartPLS version 3.0. The results of this study indicate that: 1) Price discount has no significant effect on impulse buying, 2) Lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying, 3) Live streaming has a positive and significant effect on impulse buying, 4) Price discount has a positive and significant effect on positive emotion 5) Lifestyle has a positive and significant effect on positive emotion 6) Live streaming has a positive and significant effect on positive emotion 7) Positive emotion has a positive and significant effect on impulse buying 8) Price discount has a positive and significant effect on impulse buying through positive emotion 9) Lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying through positive emotion 10) Live streaming has a positive and significant effect on impulse buying through positive emotion

Keywords: Price Discount, Lifestyle, Live Streaming, Positive Emotion, Impulse Buying

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT, LIFESTYLE* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* MELALUI *POSITIVE EMOTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Survei Pada Konsumen Generasi Z *Live Streaming* TikTok Shop di
Kabupaten Sleman)**

Vania Gladys Suwandi

141200006

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

141200006@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price discount, lifestyle* dan *live streaming* terhadap *impulse buying* melalui mediasi *positive emotion*. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Sleman dan sudah melakukan transaksi di TikTok Shop. Sampel dalam penelitian ini adalah 104 responden dengan menggunakan metode non-probability sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif yang dinyatakan dalam angka dengan menggunakan *SmartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Price discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, 2) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, 3) *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, 4) *Price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positive emotion* 5) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positive emotion* 6) *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positive emotion* 7) *Positive emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* 8) *Price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion* 9) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion* 10) *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion*