

**PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, HARGA, DAN ELECTRONIC
WORD OF MOUTH TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR**
(Survei pada Pengguna *E-commerce* Shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Yogyakarta”)

NAVA AULIA DAMAYANTI

NIM. 141200082

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

navaad30@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *live streaming shopping*, harga, dan *electronic word of mouth* terhadap *impulsive buying behaviour*. Data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban responden sebanyak 100 Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala likert dan kemudian dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda pada software IBM SPSS Statistic 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *live streaming shopping*, harga, dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying behaviour* pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2) *live streaming shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying behaviour* pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 3) harga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying behaviour* pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 4) *electronic word of mouth* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying behaviour* pada Mahasiswa Aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Kata Kunci: *electronic word of mouth, impulsive buying behavior, harga, live streaming shopping*