

**PENGARUH *DISCOUNT*, *LIVE SHOPPING*, *INFLUENCER MARKETING*,  
*DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*  
PADA PLATFORM TIKTOK SHOP**

**(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**ICA KABRINA BR SITEPU**

**NIM.141220075**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

[141220075@upnyk.ac.id](mailto:141220075@upnyk.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *discount*, *live shopping*, *influencer marketing*, dan *fear of missing out (FOMO)* terhadap perilaku *impulsive buying* pada platform TikTok Shop. Sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dengan teknik *purposive sampling* untuk memenuhi kriteria yang diinginkan. Metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic Ver 29* sebagai alat analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, *live shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, dan *fear of missing out (FOMO)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dan *discount*, *live shopping*, *Influencer marketing* dan *fear of missing out (FOMO)* secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*.

**Kata kunci:** *Discount*, *Live Shopping*, *Influencer Marketing*, *Fear Of Missing Out (FOMO)*, *Impulsive Buying*