

ABSTRAK

Novita Erfianti Sembiring, Nomor Induk Mahasiswa 152220008, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh *Fear Of Missing Out*, *Live Shopping* dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pada TikTok Shop”. Dosen Pembimbing Ibu Nurul Retno Hapsari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan *fear of missing out* (X1), *live shopping* (X2), dan *flash sale* (X3) dan variabel *Impulse Buying* (Y) pada TikTok Shop baik secara parsial maupun simultan. Tipe penelitian ini adalah *Explanatory Research* yaitu penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel *fear of missing out* (X1), *live shopping* (X2), dan *flash sale* (X3) dan variabel *Impulse Buying* (Y) pada TikTok Shop. Besarnya sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik penentuan besaran sampel menggunakan rumus *Lemeshow*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Alat analisis yang digunakan dalam pengolahan data adalah SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out* (X1), *live shopping* (X2), dan *flash sale* (X3) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap *Impulse Buying* (Y) pada TikTok Shop. Berdasarkan hasil tersebut, TikTok disarankan memperkuat fitur social proof dengan menampilkan produk banyak dibeli dan label produk terlaris, meningkatkan kualitas interaksi host dengan konsumen selama *live*, serta mengembangkan *flash sale* yang lebih interaktif melalui urgensi dan notifikasi promo. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan, kepercayaan, dan kecenderungan *impulse buying* konsumen pada TikTok Shop.

Kata Kunci: *Fear Of Missing Out, Live Shopping, Flash Sale, Impulse Buying*