

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pembaharuan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *streamer attractiveness* terhadap *impulsive consumption* pada *live streaming shopping*. Dalam penelitian ini menggunakan konsep SOR (*Stimulus-Organism-Respons*) dengan metode kualitatif menggunakan penyebaran kuesioner melalui googleform dan menguji instrumen penelitian menggunakan uji Validitas, Reabilitas dan EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dengan SPSS versi 25 untuk analisis data *macro process* oleh Andrew F. Hayes versi 4.1 yang menggunakan model keempat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh secara positif *streamer attractiveness* dengan *arousal* (*stimulus-organism*) dan pengaruh positif *arousal* dengan *impulsive consumption* (*organism-respons*). Sehingga dapat disimpulkan juga adanya pengaruh positif tidak langsung dari *streamer attractiveness* terhadap *impulsive consumption* melalui *arousal* sebesar 0,2110 dengan interval keyakinan (CI) 95% berkisar antara BootLLCI (0,0577) - BootULCI (0,3768) yang berarti bahwa pengaruh tidak langsung ini cukup besar signifikan karena hasil efeknya mendekati level atas paling tinggi pada BootULCI.

Kata Kunci: *Streamer Attractiveness, Impulsive Consumption, Arousal, Konsep SOR, Macro Process*