

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga, kenyamanan, interaktivitas, dan keterlibatan terhadap niat pembelian impulsif dengan perceived enjoyment sebagai variabel intervening pada live streaming di platform e-commerce. Penelitian sebelumnya tentang live streaming e-commerce berfokus pada pembelian impulsif yang terdiri dari beberapa faktor, tetapi masih terbatas jumlahnya dan adanya perbedaan signifikansi dalam menggunakan variabel potongan harga pada pembelian impulsif. Oleh karena itu, penelitian ini mengumpulkan 159 responden dengan kriteria pernah menonton dan melakukan pembelian selama live streaming e-commerce.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini, dikembangkan model teoritis dengan mengajukan lima hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang dioperasikan melalui program SMART PLS 3.0. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga, kenyamanan, interaktivitas, keterlibatan memiliki pengaruh yang signifikan pada niat pembelian impulsif dengan perceived enjoyment sebagai variabel intervensi pada live streaming di platform e-commerce.

Kata Kunci: Potongan Harga, Kenyamanan, Interaktivitas, Keterlibatan, Perceived Enjoyment, Niat Pembelian Impulsif.