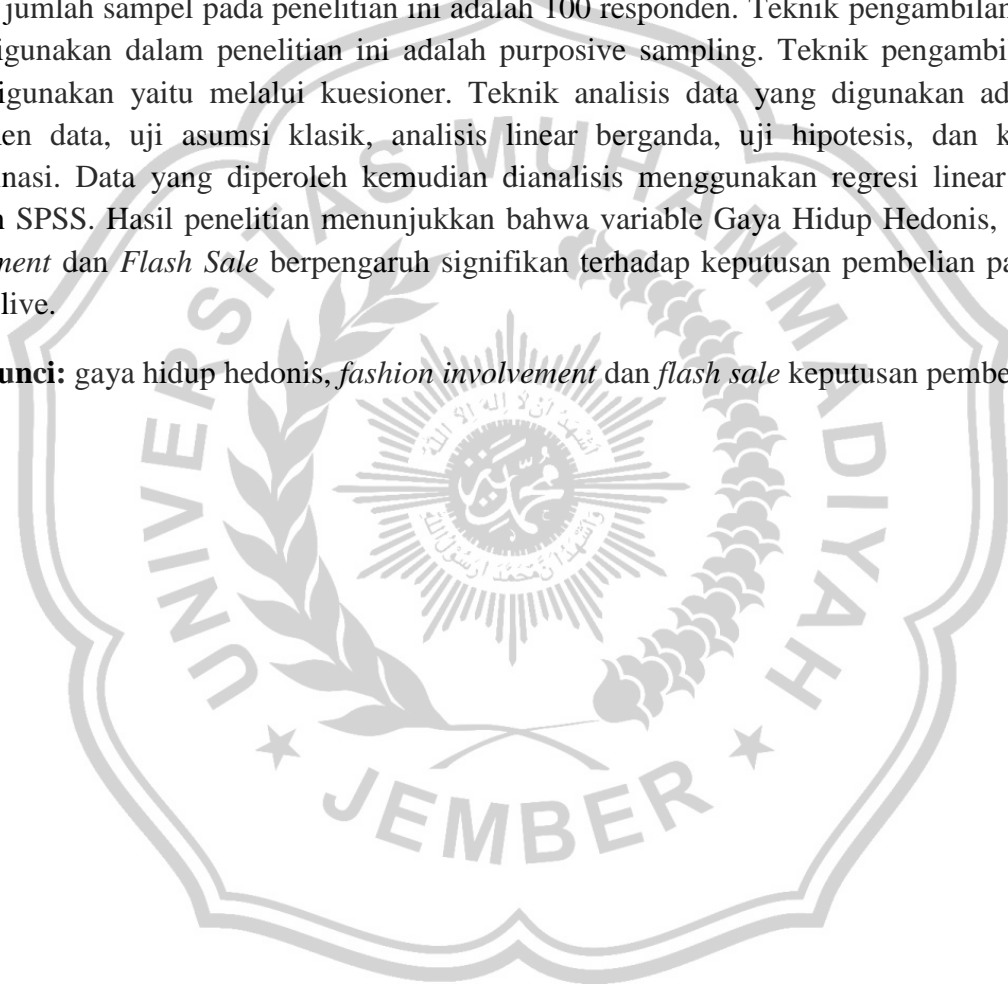


ABSTRAK

Semakin banyaknya marketplace yang bermunculan tentu saja membuat perusahaan untuk memikirkan strategi bersaing agar tetap dapat bertahan dan semakin berkembang. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor faktor diluar perusahaan. Gaya hidup hedonis secara tidak langsung dapat menekan perilaku individu agar sesuai atau sama dengan apa yang dilakukan oleh lingkungannya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dari masing-masing variabel yaitu Gaya Hidup Hedonis (X1), *Fashion Involvement* (X2), dan *Flash Sale* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Shopee Live. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Gaya Hidup Hedonis, *Fashion Involvement* dan *Flash Sale* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada fitur shopee live.

Kata kunci: gaya hidup hedonis, *fashion involvement* dan *flash sale* keputusan pembelian



ABSTRACT

The increasing number of marketplaces that are popping up of course makes companies think about competitive strategies so they can survive and continue to grow. Buyer decision making is influenced by the company's ability to attract buyers, and apart from that it is also influenced by factors outside the company. A hedonic lifestyle can indirectly pressure individual behavior to match or be the same as what their environment does. This research was conducted to analyze each variable, namely Hedonic Lifestyle (X1), Fashion Enthusiasm (X2), and Flash Sales (X3) on purchasing decisions (Y) on Shopee Live. This type of research is quantitative research with the sample size in this research being 100 respondents. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The data collection technique used was through a questionnaire. The data analysis techniques used are data instrument testing, classical assumption testing, multiple linear analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination. The data obtained was then analyzed using linear regression with the help of SPSS. The research results show that the Hedonic Lifestyle, Fashion Enthusiasm and Flash Sales variables have a significant influence on purchasing decisions on the Shopee Live feature.

Keywords: *hedonistic lifestyle, fashion enthusiasm and flash sales decisions purchase*

