

## ABSTRAK

Shopee merupakan *marketplace* dengan tingkat pelanggan yang tinggi, salah satunya dari kalangan mahasiswa. Beberapa strategi yang digunakan shopee untuk menarik pelanggan yaitu melalui promo pada shopee live, shopee paylater, dan koin shopee, yang dinilai mampu menimbulkan perilaku pembelian secara impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Shopee *live*, Shopee *paylater*, dan koin Shopee terhadap perilaku *impulse buying* pada mahasiswa di Kabupaten Jember. Metode yang digunakan yaitu *explanatory research* melalui pendekatan kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian menggunakan 85 responden yang diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Jember, dan Universitas Negeri Islam Jember Tahun 2020-2023 sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan uji t dan analisis regresi linier berganda untuk menjawab pernyataan hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Shopee live berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ ; dan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,327; (2) Shopee paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikansi  $0,041 < 0,05$ ; dan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,357; (3) Koin Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* dengan tingkat signifikansi  $0,004 < 0,05$ ; dan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,306.

Kata Kunci: Shopee *live*, Shopee *paylater*, koin Shopee, *impulse buying*.

## **ABSTRACT**

*Shopee is a marketplace with a high number of customers, one of which is from students. Some strategies used by Shopee to attract customers are through promotions on Shopee Live, Shopee Paylater, and Shopee coins, which are considered capable of causing impulsive purchasing behavior. This study aims to determine the effect of Shopee Live, Shopee Paylater, and Shopee coins on impulse buying behavior among students in Jember Regency. The method used is explanatory research through a quantitative approach and sampling using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The study used 85 respondents taken from students of the Muhammadiyah University of Jember, Jember University, and the Islamic State University of Jember in 2020-2023 as research samples. The data analysis technique used the t-test and multiple linear regression analysis to answer the research hypothesis statement. The results of this study indicate that: (1) Shopee Live has a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of  $0.001 < 0.05$ ; and a multiple linear regression coefficient of 0.327; (2) Shopee paylater has a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of  $0.041 < 0.05$ ; and a multiple linear regression coefficient of 0.357; (3) Shopee Coins have a positive and significant effect on impulse buying behavior with a significance level of  $0.004 < 0.05$ ; and a multiple linear regression coefficient of 0.306.*

*Keywords: Shopee live, Shopee paylater, Shopee coins, impulse buying*

