

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Flash Sale* terhadap *impulse buying* melalui *Positive Emotion* sebagai variabel mediasi pada pengguna TikTok Shop pada produk *skincare*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna TikTok Shop di Indonesia yang pernah melakukan pembelian pada saat *flash sale*. Sampel penelitian ini berjumlah 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Flash Sale* berpengaruh terhadap *impulse buying*, 2) *Flash Sale* berpengaruh terhadap *Positive Emotion*, 3) *Positive Emotion* berpengaruh terhadap *impulse buying*, dan 4) *Flash Sale* berpengaruh terhadap *impulse buying* melalui *Positive Emotion* sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: *Flash sale, Impulse Buying, Positive Emotion, Produk Skincare.*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Flash Sales on impulse buying through Positive Emotion as a mediating variable among TikTok Shop users purchasing skincare products. The population in this study consists of all TikTok Shop users in Indonesia who have made purchases during flash sale events. The sample includes 150 respondents selected using purposive sampling techniques. This research employs a quantitative approach, with data collected through a questionnaire. The data analysis technique used in this study is Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results of this study indicate that: 1) Flash Sale has an effect on impulse buying, 2) Flash Sale has an effect on Positive Emotion, 3) Positive Emotion has an effect on impulse buying, and 4) Flash Sale affects impulse buying through Positive Emotion as a mediating variable.

Keywords: *Flash sale, Impulse Buying, Positive Emotion, Product Skincare.*