

Abstrak

Veronica Dewi

Skripsi

Hubungan Strategi Promosi Flashsale Dengan *Product Browsing* dan *Impulsive Buying* Konsumen Shopee Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara strategi promosi flashsale dengan *product browsing* dan hubungan antara strategi flashsale dengan *impulsive buying*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen shopee di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 180 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis korelasi kanonik. dengan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah hubungan erat antara strategi promosi flashsale

Kata kunci: *flashsale, product browsing, impulsive buying*

Abstract

Veronica Dewi

Essay

The Relationship between Flashsale Promotion Strategy and Product Browsing and Impulsive Buying of Shopee Indonesia's Consumers.

This study aims to determine the relationship between flashsale promotion strategies and product browsing and the relationship between flashsale strategies and impulsive buying. This type of research is quantitative research. The population of this study were all shopee consumers in Surabaya. The research method used in this research is to use a questionnaire. The number of respondents used in this study was 180 respondents. The data collection technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. The data analysis method used in this study is to use canonical correlation analysis with SPSS software. The results obtained in this study are a close relationship between flashsale promotion strategies

Keywords: *flashsale, product browsing, impulsive buying*