

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya di *e-commerce*. Shopee menjadi platform di *e-commerce* yang menyediakan promosi-promosi menarik seperti *Flash Sale* yang bertujuan menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui *Impulsive Buying* di aplikasi Shopee saat *Flash Sale* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee di Purwokerto). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 162 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berbasis skala Likert, dengan analisis data menggunakan SmartPLS 4.0 melalui pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil analisis deskriptif menunjukkan total skor pada variabel Gaya Hidup sebesar 88,3%, *Impulsive Buying* sebesar 80,5%, dan Keputusan Pembelian sebesar 87,9%. Didapatkan hasil kesimpulan, Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian melalui *Impulsive Buying* masuk ke dalam kategori baik dan sangat baik. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan, Gaya Hidup berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*. *Impulsive Buying* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Gaya Hidup berpengaruh Keputusan Pembelian. Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Impulsive Buying*.

Kata kunci: gaya hidup, *Impulsive Buying*, keputusan pembelian, *Flash Sale*.