

ABSTRAK

Anisa Bahar, 105 251 104 918. Pengaruh *Flash sale* pada Aplikasi *Shopee* terhadap pembelian barang dengan akad salam. Dibimbing oleh Hurriah Ali Hasan dan Hasanuddin.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilakukan di Makassar kecamatan Rappocini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Flash sale* pada Aplikasi *Shopee* terhadap pembelian barang dengan akad salam. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu X *Flash Sale* sebagai variabel independen dan Y pembelian barang sebagai variabel dependen.

Total sampel pada penelitian ini berjumlah 67 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah menggunakan metode (*Statistical Product and Services Solution*) dan menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat terhadap aplikasi belanja online dengan fitur *flash sale*, dapat disimpulkan bahwa Hasil pengujian SPSS untuk variabel *Flash sale* (X) terhadap pembelian barang (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 9,359 dimana t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,6649 ($9,359 > 1,6649$) dengan nilai yang signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Ini ditandai dengan positifnya tanggapan responden yang dibagikan dalam pengaruh aplikasi belanja online pada fitur *flash sale* bahwa *flash* berpengaruh pada sistem perbelanjaan di *shopee* karena masyarakat yang sering melakukan pembelian tanpa adanya *flash sale* atau penawaran lainnya.

Kata kunci : *Shopee*, *flash sale*, pembelian barang