

## ABSTRAK

### **Salsabila Azzahra (1219240199) “PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE (Pada Mahasiswa Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan perilaku konsumen, termasuk dalam kegiatan berbelanja dari *offline* ke *online*. *E-commerce* seperti Shopee memanfaatkan fitur-fitur digital seperti *live streaming* dan ulasan produk sebagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. fitur-fitur ini menjadi acuan penting dalam pengambilan keputusan pembelian, khususnya di kalangan konsumen muda seperti mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian, pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh *live streaming* dan ulasan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebanyak 6.581 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin sebanyak 99 responden dengan teknik *proportionate cluster random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *live streaming* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai thitung  $2,800 > ttabel 1,985$  dan signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Ulasan produk (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai thitung  $8,353 > ttabel 1,985$  dan signifikansi  $< 0,001 < 0,05$ . Secara simultan, *live streaming* dan ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Fhitung  $155,785 > Ftabel 3,09$  dan signifikansi kurang dari  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Live Streaming*, Ulasan Produk, Keputusan Pembelian.