

ABSTRAK

Ika Sartika (1219240094): “**PENGARUH *LIVE STREAMING*, POTONGAN HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA ANGKATAN 2021 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**”.

Shopee merupakan platform *e-commerce* yang menyediakan berbagai produk secara *online* melalui aplikasi dan situs web yang mudah diakses pengguna. Dalam menarik minat konsumen, Shopee memanfaatkan strategi seperti *live streaming*, potongan harga, *online customer review*, dan gratis ongkir yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *live streaming*, potongan harga, *online customer review*, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan pada mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data primer diperoleh dari 86 responden melalui teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,422 > 1,989$). Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,112 > 1,989$). *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,699 > 1,989$). Gratis ongkir tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,519 < 1,989$). *Live streaming*, potongan harga, *online customer review*, dan gratis ongkir secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($78,911 > 2,484$). Nilai *R Square* sebesar 79,6%. Dan *Adjusted R Square* 78,6% sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Live Streaming*, Potongan Harga, *Online Customer Review*, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian