

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari Live streaming, content marketing dan flash sale terhadap minat beli pakaian di e-commerce aplikasi shopee. Produk fashion/pakaian menjadi kebutuhan masyarakat yang tidak akan pernah habis karena produk tersebut merupakan salah satu kebutuhan primer setiap orang khususnya dikalangan mahasiswa. Dari total 9.566 mahasiswa sebagai populasi, namun hanya sebanyak 162 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang diambil untuk dijadikan sampel. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif kausal dan menggunakan bantuan SPSS dalam melakukan uji regresi linier berganda anatar variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa live streaming tidak berpengaruh terhadap minat beli, tetapi content marketing dan flash sale memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pakaian di e-commerce aplikasi shopee.

Kata Kunci : Live Streaming, Content Marketing, Flash Sale, Minat beli, Shopee



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of live streaming, content marketing and flash sales on interest in buying clothes on the Shopee e-commerce application. Fashion/clothing products are a public need that will never run out because these products are one of the primary needs of everyone, especially students. Of the total 9,566 students as a population, only 162 Muhammadiyah University of Jember students were taken as samples. By using causal quantitative research and using SPSS assistance in carrying out multiple linear regression tests between the independent variables and the dependent variable. Based on the results of this research, it is stated that live streaming has no effect on buying interest, but content marketing and flash sales have a significant influence on buying interest in clothes on the Shopee e-commerce application

Keywords : Live Streaming, Content Marketing, Flash Sale, Purchase Interest, Shopee

