

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fluktuasi volume transaksi pada platform Shopee. Hasil pra-survey mengindikasikan adanya keraguan konsumen pada beberapa indikator keputusan pembelian, khususnya pada aspek pilihan merek dan waktu pembelian. Selain itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dari studi terdahulu yang menunjukkan hasil tidak konsisten mengenai pengaruh *live streaming* dan *discount*. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *live streaming*, *discount*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa di Kabupaten Jember). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Jember, dengan sampel yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online customer review* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, *discount* berpengaruh positif dan memberikan kontribusi yang nyata terhadap minat serta keputusan pembelian konsumen, meskipun dengan karakteristik signifikansi yang berbeda pada model tertentu. Secara simultan, variasi keputusan pembelian konsumen mayoritas dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga, citra merek, atau kualitas layanan.

Kata Kunci: *Live Streaming, Discount, Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research is motivated by fluctuations in transaction volume on the Shopee platform. Pre-survey results indicate consumer hesitation regarding several purchasing decision indicators, particularly in brand choice and purchase timing. Furthermore, there is a research gap in prior studies showing inconsistent results regarding the effects of live streaming and discounts. Based on these phenomena, this study aims to analyze and test the influence of live streaming, discounts, and online customer reviews on purchasing decisions among Shopee users (A Study on College Students in Jember Regency). The research method applied is quantitative with an explanatory design. The population in this study consists of college students in Jember Regency, with the sample determined through a purposive sampling technique. Data were collected by distributing questionnaires utilizing a Likert scale and analyzed using multiple linear regression analysis via SPSS software. The results demonstrate that partially, live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions. Online customer reviews are also proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, discounts have a positive effect and contribute substantially to consumer interest and purchasing decisions, albeit with different significance characteristics in certain models. Simultaneously, the majority of the variation in consumer purchasing decisions can be explained by the independent variables examined, while the remaining portion is influenced by other factors outside this research model, such as price, brand image, or service quality.

Keywords: Live Streaming, Discount, Online Customer Review, Purchasing Decision.