

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEN Z PADA PRODUK FASHION DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

**Oleh**

**RIZKA NABILLA ZEIN**

Teknologi telah menciptakan sebuah inovasi baru yaitu berupa munculnya *platform* jual beli *online* atau *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian Gen Z pada produk fashion di *e-commerce* Shopee. *Live streaming* dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan kuesioner yang disebar kepada 150 responden di Indonesia. Analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel *independen* yaitu *live streaming* (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap variabel *dependen* keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ , konsumen cenderung menonton *live streaming* untuk mencari informasi produk lebih detail. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , konsumen cenderung memilih penjual dengan reputasi *Shopee Mall* dan *Star Seller* karena telah terjamin kualitas dan keamanan dalam memenuhi harapan konsumen.

**Kata Kunci : *Live streaming*, Kepercayaan, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND TRUST ON GEN Z PURCHASING DECISIONS ON FASHION PRODUCTS IN SHOPEE E-COMMERCE**

**By**

**RIZKA NABILLA ZEIN**

*Technology has created a new innovation, namely the emergence of an online buying and selling platform or e-commerce. This study aims to determine the effect of live streaming and trust on Gen Z purchasing decisions on fashion products in Shopee e-commerce. Live streaming and trust are important factors in influencing consumers to make purchasing decisions. The data collection method used was quantitative, employing questionnaires distributed to 150 respondents in Indonesia. Multiple linear regression was used for data analysis to measure the influence of the independent variables live streaming (X1) and trust (X2), on the dependent variable purchase decisions (Y). The results of this study indicate that live streaming has a positive effect on purchase decisions with a significance value of  $0.014 < 0.05$ . Consumers tend to watch live streams to seek more detailed product information. Trust also positively influences purchase decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Consumers tend to choose sellers with a Shopee Mall or Star Seller reputation because their quality and security in meeting consumer expectations are guaranteed.*

**Keywords: Live streaming, Trust, Purchase Decision**