

ABSTRAK

Surianti, 2024, “*Pengaruh Live Streaming dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa*” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh *Live Streaming* dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce Shopee* Pada Mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *live streaming* dan testimoni terhadap keputusan pembelian *E-Commerce Shopee* pada mahasiswa.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Sulawesi Selatan. Sedangkan teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* dengan penentuan sampel di peroleh sebanyak 384 sampel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Selanjutnya, teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 26. Adapun tahapan dalam teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji instrument, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, serta metode dari analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *live streaming* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari perbandingan t hitung $>$ t tabel ($8,535 > 1,966$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan Testimoni (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dilihat dari perbandingan t hitung $>$ t tabel ($8,635 > 1,966$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. variabel *live streaming* dan testimoni secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *e-commerce shopee* pada mahasiswa dilihat dari nilai f hitung $>$ f tabel ($355,494 > 3,02$). Hasil perhitungan uji R^2 diperoleh sumbangsih sebesar 65,1 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 34,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, *Live Streaming*, Testimoni.