

Pengaruh *Loyalty Program*, *Live Streaming*, Dan *Shopee PayLater* Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan), Della Indah Nursusanti, Ir.Pudyartono, Saifuddin Zuhri, 2025, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Loyalty Program*, *Live Streaming*, dan *Shopee PayLater* terhadap keputusan pembelian di Shopee, dengan objek studi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Populasi penelitian ini yaitu para mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan, penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan rumus *Slovin* maka diperoleh sampel sebanyak 89 Responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis linier berganda, teknik tersebut diolah dengan SPSS versi 27 untuk menganalisis beberapa hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Loyalty Program* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil Uji T $3,462 > T$ tabel $1,988$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Variabel *Live Streaming* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil uji T $3,391 > T$ tabel $1,988$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Variabel *Shopee PayLater* (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil uji T $3,151 > T$ tabel $1,988$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Secara simultan *Loyalty Program*, *Live Streaming*, dan *shopee PayLater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji F yaitu $49,949 > F$ tabel $2,71$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk Uji Adjusted R square diperoleh hasil sebesar $0,625$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Loyalty Program*, *Live Streaming*, dan *Shopee PayLater* mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar $62,5\%$ sedangkan sisanya adalah dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Loyalty Program*, *Live Streaming*, *Shopee PayLater*, Keputusan Pembelian,