

**PENGARUH EVENT TANGGAL KEMBAR, ULASAN PRODUK, DAN
LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-
COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISDA Pengguna
Aktif Shopee)**

LAILI MAS'ULATUL FAUZIYAH

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

ABSTRAK

Penggunaan *e-commerce* semakin melonjak, banyak perusahaan *e-commerce* Indonesia yang memiliki strategi pemasaran untuk menarik masyarakat. Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang tepat sebagai obyek penelitian untuk mengetahui hal yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh event tanggal kembar, ulasan produk, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa event tanggal kembar tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa, sedangkan ulasan produk dan *live streaming* secara parsial menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan event tanggal kembar, ulasan produk, dan *live streaming* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa.

Kata kunci : Event Tanggal Kembar, Ulasan Produk, *Live Streaming*, Keputusan Pembelian, *E-commerce* Shopee.