

ABSTRAK

TITA PUSPITA SARI. NIM 2019116024. Analisis Promosi Live Streaming Skincare Skintific Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee. Di bawah bimbingan Ibu Hj. Uuh Sukaesih, Ir, M.Si.

Pengguna *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan yang pesat, khususnya pada Platform *e-commerce* Shopee menjadi salah satu yang paling banyak digunakan dan mendominasi pengguna pada Mei 2023. Beberapa platform *e-commerce* juga kini mengintegrasikan fitur-fitur menarik seperti live streaming ke dalam upaya pengembangannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai promosi Live Streaming Skincare Skintific terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan google form dengan menggunakan skala likert. Populasi pengumpulan data ini adalah pelanggan Skincare Skintific yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan Smart PLS 3.2.9, Dari data rekapitulasi diperoleh hasil bahwa pada variabel promosi memperoleh nilai rata-rata 4,75 dan variabel keputusan pembelian memperoleh nilai rata-rata 4,74 dengan kriteria sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh Promosi Live Streaming Skincare Skintific berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* shopee. dengan nilai *t-statistics* sebesar 17,399. Dari data responden dapat dilihat bahwa responden sangat setuju terhadap Promosi Live Streaming Skincare Skintific mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *E-commerce* shopee.

Kata kunci : Promosi, Live Streaming, Keputusan Pembelian, *E-commerce* Shopee, Skintific

ABSTRACT

TITA PUSPITA SARI. NIM 2019116024. Analysis of Live Streaming Skincare Skintific Promotion on Purchase Decisions at E-commerce Shopee. Under the guidance of Mrs. Hj. Uuh Sukaesih, Ir, M.Si.

E-commerce users in Indonesia continue to experience rapid growth, especially on the Shopee e-commerce platform, which is one of the most widely used and dominant platforms in May 2023. Several e-commerce platforms are now integrating attractive features like live streaming into their development efforts.

The objective of this research is to determine respondents' perceptions regarding the promotion of Skintific Skincare Live Streaming on purchase decisions on Shopee e-commerce. This study employs a quantitative approach and data collection techniques conducted by distributing online questionnaires using Google Forms with a Likert scale. The population for data collection consists of Skintific Skincare customers who use Shopee e-commerce. A total of 100 respondents were selected as the sample using Smart PLS 3.2.9. From the data recapitulation, it is found that the promotion variable has an average score of 4.75, and the purchase decision variable has an average score of 4.74, both indicating a very good level.

Based on the research results, it is evident that the Skintific Skincare Live Streaming Promotion significantly influences Purchase Decisions on Shopee E-commerce, with a t-statistics value of 17.399. The respondent data shows that respondents strongly agree that Skintific Skincare Live Streaming Promotion affects Purchase Decisions on Shopee E-commerce.

Keywords: Promotion, Live Streaming, Purchase Decision, Shopee E-commerce, Skintific