

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT *WHITENING*
PADA APLIKASI SHOPEE DI YOGYAKARTA**

Mitha Fidiyahyu Kumala

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* dan harga terhadap keputusan pembelian produk Scarlett *Whitening* pada Aplikasi Shopee di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google formulir yang telah diuji. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode berupa analisis statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *live streaming* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai t hitung $5,737 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada H1. Nilai t hitung $4,121 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada H2. Nilai f hitung $78,830 > 3,089$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada H3.

Kata Kunci: *Live Streaming, Harga, dan Keputusan Pembelian*

30/1/24


**THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND PRICE ON DECISIONS TO
PURCHASE SCARLETT WHITENING PRODUCTS
ON THE SHOPEE APPLICATION IN YOGYAKARTA**

Mitha Fidiahayu Kumala

Abstract

This research aims to determine the influence of live streaming and price on purchasing decisions for Scarlett Whitening products on the Shopee Application in Yogyakarta. The method used in sampling was purposive sampling with a total of 100 respondents. The data collection technique used is a questionnaire via Google Form which has been tested. The analysis used in this research is a method in the form of descriptive statistical analysis, instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression testing, and hypothesis testing. The results of this research show that live streaming partially influences purchasing decisions. Price partially has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously live streaming and price have a significant influence on purchasing decisions. This is proven by the t test which shows the calculated t value of $5.737 > 1.984$ and a significance value of $0.000 < 0.05$ in H1. The calculated t value is $4.121 > 1.984$ and the significance value is $0.000 < 0.05$ in H2. The calculated f value is $78.830 > 3.089$ and the significance value is $0.000 < 0.05$ in H3.

Keywords : Live Streaming, Prices, and Purchase Decisions