

The Influence of Live Streaming, Service Quality, and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions

By Cyntia Cahyani Putri

Abstract

This research is quantitative with the aim of knowing, analyzing and proving the influence of live streaming, service quality and online customer reviews on purchasing decisions. The population used is TikTok shop or live streaming users for online shopping with a minimum age of 17 years who are active in South Jakarta. Apart from that, the sample determined in this study was 100 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires online via social media in the form of a Google form. The method used in this research is SEM with the SmartPLS 4.0 application. The results of this research are 1) live streaming has a significant influence on purchasing decisions, 2) service quality has a significant influence on purchasing decisions, 3) online customer reviews do not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Live streaming, Online Customer Reviews, Purchase decisions, service quality*

Pengaruh *Live Streaming*, Kualitas Pelayanan, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian

Oleh Cyntia Cahyani Putri

Abstrak

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *live streaming*, kualitas pelayanan, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan yaitu pengguna tiktok shop atau *live streaming* untuk berbelanja *online* dengan umur minimal 17 tahun yang beraktivitas di Jakarta Selatan. Selain itu, sampel yang ditetapkan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online melalui media sosial dalam bentuk *google form*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini yaitu 1) *live streaming* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) *online customer review* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, Kualitas Pelayanan, *Live Streaming*, *Online Customer Review*