

ABSTRAK

Nama : Fadil Akbar
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Live Streaming*, *Discount* Dan *Cash On Delivery*
Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming*, *discount*, dan metode pembayaran *cash on delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian pengguna TikTok Shop di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarikan kepada responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *live streaming* dan *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, variabel *discount* menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa potongan harga yang terlalu besar dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang interaktif dan metode pembayaran yang memberikan rasa aman lebih efektif dalam mendorong keputusan pembelian di *platform e-commerce* berbasis media sosial seperti TikTok Shop.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Discount*, *Cash On Delivery*, Keputusan Pembelian, TikTok Shop.

ABSTRACT

*Name : Fadil Akbar
Study Program : Management
Title : The Influence of Live Streaming, Discounts, and Cash On Delivery on Purchase Decisions of TikTok Shop Users Among Students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University*

This research aims to analyze the effects of live streaming, discounts, and cash on delivery (COD) payment methods on the purchasing decisions of TikTok Shop users among students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. This study employs a quantitative approach using data collection techniques through questionnaires distributed to respondents. The analysis results show that the live streaming and cash on delivery variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. In contrast, the discount variable shows a negative and significant influence, indicating that excessively large discounts can undermine consumer trust in product quality. These findings suggest that interactive marketing strategies and payment methods that provide a sense of security are more effective in encouraging purchasing decisions on social media-based e-commerce platforms such as TikTok Shops.

Keywords: *Live Streaming, Discount, Cash On Delivery, Purchasing Decisions, TikTok Shop*

