

## **ABSTRAK**

Nama : Manhasa Hira Nur'Asyi Al Utary  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Influencer, Diskon, dan Live shopping Terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Aplikasi TikTok (Studi pada Mahasiswi FEB Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh influencer, diskon, dan live shopping terhadap keputusan pembelian pada brand The Originote di aplikasi TikTok, dengan objek penelitian pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pesatnya perkembangan pemasaran digital melalui media sosial, khususnya TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga sebagai platform pemasaran yang efektif dalam memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi influencer, diskon, dan live shopping, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial influencer, diskon, dan live shopping tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand The Originote di aplikasi TikTok. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswi tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh strategi pemasaran digital tersebut, melainkan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran digital serta menjadi referensi bagi pelaku bisnis dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

Kata kunci: Influencer, Diskon, Live Shopping, Keputusan Pembelian, TikTok

## **ABSTRACT**

Name : Manhasa Hira Nur'Asyi Al Utary  
Department : *Management*  
Title : *The Influence of Influencers, Discounts, and Live Shopping on Purchase Decisions for The Originote Brand on TikTok (A Study of Female Students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University)*

*This study aims to analyze the effects of influencers, discounts, and live shopping on purchasing decisions for the Originote brand on TikTok, focusing on female students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. The background of this research is based on the rapid development of digital marketing through social media, particularly TikTok, which has evolved not only as an entertainment platform but also as an effective marketing medium influencing consumer behavior. This study employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to respondents who met the research criteria. The independent variables in this study are influencers, discounts, and live shopping, while the dependent variable is purchasing decisions. The results indicate that, partially, influencers, discounts, and live shopping do not have a significant effect on purchasing decisions. Furthermore, simultaneously, these three variables also do not significantly influence purchasing decisions for the Originote brand on TikTok. These findings suggest that purchasing decisions among female students are not solely influenced by these digital marketing strategies, but may also be affected by other factors outside the research model. This study is expected to contribute to the development of digital marketing knowledge and serve as a reference for businesses in formulating more effective and targeted marketing strategies, especially in utilizing social media as a promotional tool.*

*Keywords: influencers, discounts, live shopping, purchasing decisions, TikTok*