

ABSTRAK

SITI SOLIAH, Pengaruh Live Streaming dan Content Marketing Terhadap Pembelian Impulsif Produk Npureofficial di Tiktok Shop Pada Mahasiswa di Tangerang Selatan. Di bawah bimbingan Tito Siswanto, S.E.MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari Live Streaming, Content Marketing terhadap Pembelian Impulsif produk Npureofficial di Tiktok Shop Pada Mahasiswa di Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan studi Pustaka. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 105 responden, metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah purposive sampling. Teknik analisisnya menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif sedangkan content marketing, sedangkan untuk content marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, live streaming dan content marketing secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: Live Streaming, Content Marketing, dan Pembelian Impulsif