

ABSTRAK

Sengitnya persaingan bisnis di shopee mengharuskan para penjual untuk melakukan strategi promosi yang dapat menarik minat beli konsumen pada produknya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* dan Diskon terhadap minat beli pada Mahasiswa Universitas Jambi. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal dapat diketahui bagaimana pengaruh variabel *live streaming* dan Diskon sebagai variabel independen terhadap variabel minat beli sebagai variabel dependennya. Dari total 30.988 Mahasiswa sebagai populasi, namun hanya sebanyak 100 Mahasiswa Universitas Jambi yang diambil untuk dijadikan sampelnya. Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner selanjutnya dianalisis menggunakan evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan uji Hipotesis. Kemudian dari hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial *live streaming* memiliki pengaruh terhadap minat beli, demikian dengan Diskon yang secara parsial juga memiliki pengaruh terhadap minat beli, dan secara simultan *live streaming* dan Diskon dapat mempengaruhi minat beli konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi.

Kata Kunci: Diskon, *live streaming*, Minat beli, Strategi promosi, Shopee.

ABSTRACT

The fierce business competition in the shopee requires sellers to undertake promotional strategies that can attract consumer interest in buying their products. Therefore, this study was conducted to analyse the impact of live streaming and discounts on purchasing interest in Jambi University students. By using the method of causal quantitative reserch it is possible to know how the influence of live streaming and discount variables as independent variables on the purchasing interest variable as dependent variables. Out of a total of 30,988 students as a population, only 100 Jambi University students were taken as samples. The data collected through the questionnaire is then analyzed using the evaluation of the measurement model (outer model), the assessment of the structural model (inner model), and the test of the hypothesis. Later from the results of the research it was found that partially live streaming has an influence on buying interest, so with Discount which partially also has an impact on purchasing interest, and simultaneously live streaming and Discount can affect Shopee consumer buying interest in Jambi University Students.

Keywords: Buy interest, Discount, live streaming, promotion strategy, Shopee.