

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk skintific pada tiktok shop (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Jambi). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan Purposive Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden dan menggunakan alat analisis Regresi Linear Berganda pada Aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan statistic uji simultan, menunjukkan bahwa *live streaming* dan *online customer review* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk skintific pada tiktok shop di kalangan Mahasiswa Universitas Jambi.

Kata kunci: *live streaming*, *online customer review*, keputusan pembelian, skintific, Tiktok shop

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of live streaming and online customer reviews on purchasing decisions for skintific products on TikTok Shop (Case study: Jambi University Students). This study is a type of quantitative research using Purposive Sampling with a sample size of 110 respondents and using Multiple Linear Regression analysis tools on the SPSS version 26 application. The results of this study indicate that live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions, then online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, based on the results of simultaneous test statistical calculations, it shows that live streaming and online customer reviews have a simultaneous effect on purchasing decisions for skintific products on TikTok Shop among Jambi University Students..

Keywords: *live streaming, online customer review, purchasing decision, skintific, Tiktok shop*