

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli (*purchase intention*) pada produk fashion LAF Project dengan pemanfaatan fitur Shopee *live streaming*. Dalam era digital yang semakin berkembang, *live streaming* menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan interaksi dan kepercayaan konsumen. Studi ini mengkaji bagaimana faktor-faktor seperti kualitas produk, interaksi langsung dengan host, ulasan konsumen, serta kepercayaan terhadap platform Shopee memengaruhi niat beli konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah menyaksikan Shopee *live streaming* LAF Project. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling signifikan mempengaruhi niat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform Shopee dan kualitas interaksi langsung dengan host merupakan faktor dominan yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap produk fashion LAF Project. Temuan ini memberikan wawasan bagi para pemasar dan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan fitur *live streaming* untuk meningkatkan penjualan produk.

Kata kunci: LAF Project, *live streaming shopping*, *purchase intention*