ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, termasuk meningkatnya penggunaan platform Shopee. Salah satu strategi yang digunakan adalah melalui fitur *live streaming*, *event* tanggal kembar, dan pemberian diskon. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuesioner yang disebarluaskan secara *online*, dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Penelitian ini difokuskan pada analisis terhadap variabel *live streaming*, *event* tanggal kembar, dan diskon, serta bagaimana variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square Structural Equation Model*), serta didukung oleh uji hipotesis dan analisis deskriptif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *live streaming* dan diskon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara *event* tanggal kembar tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan meskipun skor persepsi terhadap variabel tersebut tinggi. Selain itu, diskon terbukti memberikan pengaruh moderasi terhadap hubungan antara *live streaming* dan keputusan pembelian. Sedangkan, pada *event* tanggal kembar menunjukkan pengaruh moderasi yang negatif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *live streaming*, *event* tanggal kembar, diskon, keputusan pembelian, Shopee.