

ABSTRAK

Shopee Live menjadi platform live shopping terpopuler di Indonesia pada tahun 2024 dengan pangsa pengguna sebesar 57% (GoodStats, 2024), di mana Generasi Z mendominasi sebagai penonton terbanyak berdasarkan data profil usia live shopping nasional. Dominasi ini menunjukkan peluang strategis bagi e-commerce untuk memanfaatkan fitur interaktif seperti live streaming dalam mendorong keputusan pembelian, khususnya di segmen digital native ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur live streaming Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna aktif Shopee dari Generasi Z yang pernah melakukan pembelian melalui sesi live streaming. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas, dan data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur live streaming Shopee memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Nilai koefisien regresi sebesar 0,619 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) membuktikan adanya hubungan yang kuat antara efektivitas live streaming dengan peningkatan minat beli. Selain itu, koefisien determinasi sebesar 68,3% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh fitur ini. Berdasarkan temuan tersebut, menunjukkan bahwa live streaming merupakan strategi pemasaran digital yang efektif dalam membentuk keputusan pembelian di kalangan Generasi Z, khususnya di wilayah urban seperti Kota Bandung.

Kata Kunci: *Live streaming*, Shopee, Generasi Z, *E-commerce*, Keputusan Pembelian.