ABSTRAK

Ara Sabila Nur Hanifa, NIM. 3402220413. "Pengaruh Penggunaan Fitur *Live Streaming* dan Interaksi *Real-Time* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada TikTok *Shop* (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Rizqy Hijab Tasikmalaya)" di bawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. sebagai (Pembimbing I) dan Bapak Toto, S.E., M.M. sebagai (Pembimbing II)

Perkembangan pemasaran *digital* melalui platform TikTok *Shop* telah memberikan perubahan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Dalam pembelian produk hijab melalui TikTok *Shop,* keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya penggunaan fitur *live streaming* dan interaksi *real-time* yang dapat memberikan informasi produk serta memudahkan konsumen berinteraksi secara langsung dengan penjual. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana pengaruh penggunaan fitur *live streaming* dan interaksi *real-time* terhadap keputusan pembelian hijab pada TikTok Shop di Toko Rizqy Hijab Tasikmalaya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan fitur *live streaming* dan interaksi *real-time* terhadap keputusan pembelian hijab pada TikTok *Shop* di Toko Rizqy Hijab Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, uji f, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa penggunaan fitur live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab pada TikTok *Shop* Toko Rizqy Hijab Tasikmalaya dengan besarnya pengaruh sebesar 45,96%. Interaksi real-time berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab dengan besarnya pengaruh sebesar 51,69. Selain itu, penggunaan fitur live streaming dan interaksi real-time secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab dengan besarnya pengaruh sebesar 56,70%. Diharapkan Toko Rizqy Hijab Tasikmalaya dapat meningkatkan penggunaan fitur *live streaming* dan interaksi *real-time* agar dapat menarik minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Live Streaming*, Interaksi *Real-Time*, Keputusan Pembelian