

ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2024 terdapat peningkatan sebesar 1,4% dari tahun sebelumnya, hal ini mampu membuktikan bahwa internet mampu menjangkau berbagai aspek kehidupan manusia. *E-commerce* sebagai kegiatan jual beli secara online. Media sosial yang tengah populer yakni TikTok dengan adopsi *live streaming* sebagai sarana promosi sebuah produk. *Live streaming* dapat meningkatkan kepercayaan, persepsi konsumen terhadap produk, dan mendorong pembelian lebih lanjut. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* di TikTok Shop terhadap keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Negeri Madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif, meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, analisis regresi linier sederhana, dan diperoleh sebanyak 97 responden. Selanjutnya olah data dengan aplikasi SPSS versi 27, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Negeri Madiun. Bagi pemilik usaha di TikTok Shop kedepannya diharapkan dapat meningkatkan kualitas *live streaming* dengan tampilan yang lebih profesional, menarik, serta informatif, yakni dengan menggunakan *host live streaming* yang berpengalaman dan mampu melakukan interaksi secara intens untuk dapat mempengaruhi calon konsumen melakukan pembelian, memanfaatkan kondisi pasar terkini dilengkapi dengan pemberian diskon atau bonus yang lebih banyak jumlahnya kepada target pasarnya

Kata Kunci : *Internet, Live Streaming, Tiktok Shop, Keputusan Pembelian, SPSS versi 27*