

PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIP TINT FOCALLURE PADA PENGGUNA SHOPEE DI JAKARTA TIMUR

Mariyatul Qibthiyyah^{1*}, Isyana Emita²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika,
Jakarta, Indonesia

Email: q.mariyaaaa@gmail.com

Abstract

The development of e-commerce has encouraged the use of live streaming and online customer reviews as sources of information for consumers in making purchasing decisions, including for Focallure lip tint products on Shopee. This study aims to analyze the effect of live streaming and online customer reviews on purchasing decisions for Focallure lip tint among Shopee users in East Jakarta, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative approach with a causal associative research design and survey method. Data were collected through questionnaires from 55 respondents selected using purposive sampling and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results show that live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions. Online customer reviews also have a positive and significant effect and are the most dominant variable influencing purchasing decisions. Simultaneously, live streaming and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, explaining 80.7% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 19.3% is influenced by other factors outside the study. These findings indicate that optimizing live-streaming interactions and improving the quality of information in customer reviews can support Focallure's digital marketing strategy on Shopee.

Keywords: *Live Streaming, Online Customer Review, Purchase Decision.*

Abstrak

Perkembangan e-commerce mendorong penggunaan *live streaming* dan *online customer review* sebagai sumber informasi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, termasuk pada produk lip tint Focallure di Shopee. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *live streaming* dan *online customer*

Article history

Received : Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

review terhadap keputusan pembelian lip tint Focallure pada pengguna Shopee di Jakarta Timur, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal dan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 55 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online customer review* juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Secara simultan, *live streaming* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 80,7%, sedangkan 19,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi interaksi dalam *live streaming* dan peningkatan kualitas informasi pada customer review dapat mendukung strategi pemasaran digital Focallure di Shopee.

Kata Kunci: *Live Streaming, Online Customer Review, Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce telah mengubah cara konsumen mencari informasi dan menentukan keputusan pembelian. Pada platform Shopee, konsumen tidak hanya mempertimbangkan informasi yang diberikan oleh penjual, tetapi juga memanfaatkan fitur *live streaming* dan *online customer review* sebelum membeli suatu produk. Kondisi ini semakin relevan pada produk kecantikan karena konsumen membutuhkan informasi mengenai karakteristik, tampilan, serta pengalaman penggunaan produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemanfaatan media informasi digital menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran untuk membangun keyakinan konsumen.

Live streaming menjadi salah satu fitur yang memungkinkan penjual menyampaikan informasi produk secara langsung dan interaktif. Melalui fitur tersebut, konsumen dapat melihat produk secara visual, memperoleh penjelasan, serta berinteraksi dengan penjual melalui pertanyaan dan tanggapan secara real time. Fitryani et al. (2021) menyatakan bahwa *live streaming* memungkinkan penjual menampilkan produk secara langsung sekaligus berinteraksi dengan calon pembeli sehingga dapat mengurangi keraguan konsumen dalam melakukan transaksi daring. Selain itu, *online customer review* memberikan informasi berdasarkan pengalaman konsumen yang telah menggunakan produk. Amalia et al. (2024) menjelaskan bahwa ulasan konsumen dapat menjadi bahan pertimbangan penting bagi calon pembeli, sedangkan Nuraeni dan Irawati (2021) menempatkan *online customer review* sebagai bentuk *electronic word of mouth* yang dapat dipandang lebih objektif dibandingkan iklan.

Fenomena tersebut dapat dilihat pada persaingan produk lip tint di Shopee. Focallure merupakan salah satu merek yang bersaing dengan merek lain dalam kategori lip tint dan telah memanfaatkan berbagai aktivitas pemasaran digital, termasuk *live streaming*. Namun, perkembangan pangsa pasar Focallure sepanjang 2025 menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. Pangsa pasar Focallure meningkat dari 2,76% pada kuartal pertama menjadi 5,40% pada kuartal kedua dan mencapai 6,05% pada kuartal ketiga, tetapi kembali menurun menjadi 3,12% pada kuartal keempat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa posisi Focallure di pasar lip tint Shopee belum berkembang secara konsisten meskipun aktivitas pemasaran digital telah dilakukan.



Selain fluktuasi pangsa pasar, terdapat perbedaan pengalaman konsumen yang tercermin dalam *online customer review* Focallure. Sebagian konsumen memberikan penilaian positif terhadap produk, sementara sebagian lainnya menyampaikan keluhan, seperti warna yang cepat memudar atau produk yang dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi. Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa banyaknya ulasan belum tentu menghasilkan informasi yang seragam bagi calon pembeli. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara upaya pemasaran digital yang dilakukan Focallure dengan konsistensi hasil yang diperoleh dalam keputusan pembelian konsumen.

Kondisi tersebut juga diperkuat oleh adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Sejumlah penelitian menemukan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, antara lain Lubis (2025), Dewasandra dan Artadita (2024), serta Syulhasbiullah et al. (2024). Demikian pula, beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Namun, Putri et al. (2025) menemukan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jenkskin di Shopee. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *online customer review* dapat berbeda sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen yang diteliti.

Dalam proses keputusan pembelian, konsumen cenderung mencari dan mengevaluasi informasi sebelum menentukan pilihan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa pencarian dan evaluasi informasi merupakan bagian dari proses konsumen sebelum menentukan keputusan pembelian. Dalam konteks Shopee, *live streaming* memberikan informasi secara visual dan interaktif, sedangkan *online customer review* memberikan pengalaman dari konsumen lain. Kedua sumber informasi tersebut dapat saling melengkapi dalam membantu konsumen mengevaluasi produk dan menentukan pilihan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada pengguna Shopee di Jakarta Timur yang memiliki pengalaman dengan produk lip

tint Focallure. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *live streaming* berpengaruh terhadap keputusan pembelian lip tint Focallure, apakah *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta apakah kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian lip tint Focallure pada pengguna Shopee di Jakarta Timur, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini relevan dalam bidang manajemen pemasaran karena memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas dua sumber informasi digital dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kontribusi penelitian terletak pada pengujian *live streaming* dan *online customer review* secara bersamaan pada konteks produk lip tint Focallure dan pengguna Shopee di Jakarta Timur. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen dalam lingkungan e-commerce sekaligus menjadi masukan praktis bagi Focallure dalam meningkatkan interaksi pada *live streaming* dan kualitas informasi melalui *online customer review*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal asosiatif untuk menganalisis hubungan dan pengaruh *Live Streaming* serta *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian *lip tint* Focallure. Penelitian dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden. Variabel yang digunakan terdiri atas *Live Streaming* sebagai variabel independen pertama (X_1), *Online Customer Review* sebagai variabel independen kedua (X_2), dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Objek penelitian berfokus pada produk *lip tint* Focallure yang dipasarkan melalui Shopee, sedangkan subjek penelitian merupakan pengguna Shopee di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur. Populasi penelitian mencakup pengguna Shopee yang pernah melihat *Live Streaming* Focallure Official Shop dan/atau membaca *Online Customer Review* produk *lip tint* Focallure sebelum melakukan pembelian. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan pedoman Hair mengenai jumlah sampel berdasarkan indikator penelitian, diperoleh 55 responden sebagai sampel penelitian.

Responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu berdomisili di Kecamatan Matraman, berusia minimal 17 tahun, aktif menggunakan Shopee, pernah menyaksikan *Live Streaming* Focallure Official Shop dan/atau membaca ulasan konsumen pada produk *lip tint* Focallure, serta pernah melakukan pembelian produk tersebut melalui Shopee. Penetapan kriteria tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan dengan variabel yang diteliti. Pengukuran setiap variabel didasarkan pada indikator yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan objek penelitian.

Variabel *Live Streaming* (X_1) diukur melalui aspek interaksi, *real time*, dan alat promosi dengan mengacu pada Fitryani et al. (2021). Variabel *Online Customer Review* (X_2) mencakup persepsi kegunaan, kredibilitas sumber, kualitas argumen, *valence*, dan volume

ulasan yang mengacu pada Amalia et al. (2024). Sementara itu, keputusan pembelian (Y) diukur melalui indikator yang berkaitan dengan keyakinan terhadap produk, kebiasaan pembelian, dan rekomendasi berdasarkan Kotler dan Keller (2016). Operasionalisasi variabel tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarakan secara daring menggunakan Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Selain kuesioner, pengumpulan data juga didukung melalui observasi terhadap aktivitas *Live Streaming* Focallure Official Shop dan ulasan konsumen pada Shopee serta dokumentasi dan studi kepustakaan sebagai data pendukung. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Dengan demikian, jawaban responden dapat dikonversi menjadi data kuantitatif yang selanjutnya digunakan dalam proses analisis.

Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk melihat distribusi data, uji multikolinearitas untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen, sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat kesamaan varians residual. Pengolahan dan pengujian data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Analisis selanjutnya menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming* dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian parsial dilakukan melalui uji *t*, sedangkan pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama diuji menggunakan uji *F*. Besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian dilihat melalui koefisien determinasi (*Adjusted R²*). Model regresi yang digunakan dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Pada persamaan (1), Y merupakan keputusan pembelian, *a* adalah konstanta, *b₁* dan *b₂* merupakan koefisien regresi masing-masing variabel independen, *X₁* adalah *Live Streaming*, *X₂* adalah *Online Customer Review*, dan *e* merupakan galat atau kesalahan residual. Seluruh pengujian hipotesis dilakukan dengan mengacu pada tingkat signifikansi yang digunakan dalam analisis statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 55 responden pengguna Shopee di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur yang telah membeli lip tint Focallure dan memenuhi kriteria penelitian. Analisis dilakukan melalui statistik deskriptif, uji instrumen dan asumsi klasik, serta pengujian hipotesis.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	74	90,9%
	Laki-laki	5	6,1%
Usia	17-20 tahun	9	10,9%
	21-24 tahun	59	74,5%
	25-29 tahun	18	22,5%
Pendidikan	DIAJARAN	17	20,9%
	Diploma	12	15,0%
	S1	55	68,8%
Total		82	100%

Responden didominasi perempuan sebesar 90,9%, kelompok usia 21-24 tahun sebesar 54,5%, dan pendidikan S1 sebesar 41,8%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi konsumen perempuan usia dewasa awal.

Analisis Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Mean
Live Streaming (LS)	Interaksi dengan penjual	4,33
	Kecepatan respons penjual	3,78
	Daya tarik promosi	3,81
Online Customer Review (OCR)	Kegunaan ulasan	4,20
	Kelengkapan informasi	3,78
Keputusan Pembelian (KP)	Kesediaan merekomendasikan	4,16
	Kecenderungan pembelian ulang	3,85

Pada *Live Streaming*, interaksi atau tanya jawab memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,55, sedangkan kecepatan respons penjual sebesar 3,78 dan daya tarik promosi sebesar 3,81 masih relatif lebih rendah. Pada *Online Customer Review*, kegunaan ulasan menjadi indikator tertinggi dengan mean 4,20, sedangkan kelengkapan informasi sebesar 3,78. Sementara itu, kesediaan merekomendasikan memperoleh mean 4,16, sedangkan kecenderungan pembelian ulang atau menjadikan produk sebagai pilihan utama sebesar 3,85. Hasil ini menunjukkan bahwa interaksi dan kegunaan ulasan menjadi aspek yang paling kuat dirasakan responden, sementara respons penjual, promosi, dan kelengkapan informasi masih dapat ditingkatkan.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Uji Instrumen	Hasil	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	$Z = 0,000$	Valid
Shapiro-Wilk	$W = 0,999$	Valid
Linieritas	$r = 0,999$	Valid
Konstanta	$a = 0,000$	Valid
Konstanta b	$b = 0,000$	Valid
Konstanta c	$c = 0,000$	Valid
Konstanta d	$d = 0,000$	Valid
Konstanta e	$e = 0,000$	Valid
Konstanta f	$f = 0,000$	Valid
Konstanta g	$g = 0,000$	Valid
Konstanta h	$h = 0,000$	Valid
Konstanta i	$i = 0,000$	Valid
Konstanta j	$j = 0,000$	Valid
Konstanta k	$k = 0,000$	Valid
Konstanta l	$l = 0,000$	Valid
Konstanta m	$m = 0,000$	Valid
Konstanta n	$n = 0,000$	Valid
Konstanta o	$o = 0,000$	Valid
Konstanta p	$p = 0,000$	Valid
Konstanta q	$q = 0,000$	Valid
Konstanta r	$r = 0,000$	Valid
Konstanta s	$s = 0,000$	Valid
Konstanta t	$t = 0,000$	Valid
Konstanta u	$u = 0,000$	Valid
Konstanta v	$v = 0,000$	Valid
Konstanta w	$w = 0,000$	Valid
Konstanta x	$x = 0,000$	Valid
Konstanta y	$y = 0,000$	Valid
Konstanta z	$z = 0,000$	Valid
Konstanta aa	$aa = 0,000$	Valid
Konstanta ab	$ab = 0,000$	Valid
Konstanta ac	$ac = 0,000$	Valid
Konstanta ad	$ad = 0,000$	Valid
Konstanta ae	$ae = 0,000$	Valid
Konstanta af	$af = 0,000$	Valid
Konstanta ag	$ag = 0,000$	Valid
Konstanta ah	$ah = 0,000$	Valid
Konstanta ai	$ai = 0,000$	Valid
Konstanta aj	$aj = 0,000$	Valid
Konstanta ak	$ak = 0,000$	Valid
Konstanta al	$al = 0,000$	Valid
Konstanta am	$am = 0,000$	Valid
Konstanta an	$an = 0,000$	Valid
Konstanta ao	$ao = 0,000$	Valid
Konstanta ap	$ap = 0,000$	Valid
Konstanta aq	$aq = 0,000$	Valid
Konstanta ar	$ar = 0,000$	Valid
Konstanta as	$as = 0,000$	Valid
Konstanta at	$at = 0,000$	Valid
Konstanta au	$au = 0,000$	Valid
Konstanta av	$av = 0,000$	Valid
Konstanta aw	$aw = 0,000$	Valid
Konstanta ax	$ax = 0,000$	Valid
Konstanta ay	$ay = 0,000$	Valid
Konstanta az	$az = 0,000$	Valid
Konstanta ba	$ba = 0,000$	Valid
Konstanta bb	$bb = 0,000$	Valid
Konstanta bc	$bc = 0,000$	Valid
Konstanta bd	$bd = 0,000$	Valid
Konstanta be	$be = 0,000$	Valid
Konstanta bf	$bf = 0,000$	Valid
Konstanta bg	$bg = 0,000$	Valid
Konstanta bh	$bh = 0,000$	Valid
Konstanta bi	$bi = 0,000$	Valid
Konstanta bj	$bj = 0,000$	Valid
Konstanta bk	$bk = 0,000$	Valid
Konstanta bl	$bl = 0,000$	Valid
Konstanta bm	$bm = 0,000$	Valid
Konstanta bn	$bn = 0,000$	Valid
Konstanta bo	$bo = 0,000$	Valid
Konstanta bp	$bp = 0,000$	Valid
Konstanta bq	$bq = 0,000$	Valid
Konstanta br	$br = 0,000$	Valid
Konstanta bs	$bs = 0,000$	Valid
Konstanta bt	$bt = 0,000$	Valid
Konstanta bu	$bu = 0,000$	Valid
Konstanta bv	$bv = 0,000$	Valid
Konstanta bw	$bw = 0,000$	Valid
Konstanta bx	$bx = 0,000$	Valid
Konstanta by	$by = 0,000$	Valid
Konstanta bz	$bz = 0,000$	Valid
Konstanta ca	$ca = 0,000$	Valid
Konstanta cb	$cb = 0,000$	Valid
Konstanta cc	$cc = 0,000$	Valid
Konstanta cd	$cd = 0,000$	Valid
Konstanta ce	$ce = 0,000$	Valid
Konstanta cf	$cf = 0,000$	Valid
Konstanta cg	$cg = 0,000$	Valid
Konstanta ch	$ch = 0,000$	Valid
Konstanta ci	$ci = 0,000$	Valid
Konstanta cj	$cj = 0,000$	Valid
Konstanta ck	$ck = 0,000$	Valid
Konstanta cl	$cl = 0,000$	Valid
Konstanta cm	$cm = 0,000$	Valid
Konstanta cn	$cn = 0,000$	Valid
Konstanta co	$co = 0,000$	Valid
Konstanta cp	$cp = 0,000$	Valid
Konstanta cq	$cq = 0,000$	Valid
Konstanta cr	$cr = 0,000$	Valid
Konstanta cs	$cs = 0,000$	Valid
Konstanta ct	$ct = 0,000$	Valid
Konstanta cu	$cu = 0,000$	Valid
Konstanta cv	$cv = 0,000$	Valid
Konstanta cw	$cw = 0,000$	Valid
Konstanta cx	$cx = 0,000$	Valid
Konstanta cy	$cy = 0,000$	Valid
Konstanta cz	$cz = 0,000$	Valid
Konstanta da	$da = 0,000$	Valid
Konstanta db	$db = 0,000$	Valid
Konstanta dc	$dc = 0,000$	Valid
Konstanta dd	$dd = 0,000$	Valid
Konstanta de	$de = 0,000$	Valid
Konstanta df	$df = 0,000$	Valid
Konstanta dg	$dg = 0,000$	Valid
Konstanta dh	$dh = 0,000$	Valid
Konstanta di	$di = 0,000$	Valid
Konstanta dj	$dj = 0,000$	Valid
Konstanta dk	$dk = 0,000$	Valid
Konstanta dl	$dl = 0,000$	Valid
Konstanta dm	$dm = 0,000$	Valid
Konstanta dn	$dn = 0,000$	Valid
Konstanta do	$do = 0,000$	Valid
Konstanta dp	$dp = 0,000$	Valid
Konstanta dq	$dq = 0,000$	Valid
Konstanta dr	$dr = 0,000$	Valid
Konstanta ds	$ds = 0,000$	Valid
Konstanta dt	$dt = 0,000$	Valid
Konstanta du	$du = 0,000$	Valid
Konstanta dv	$dv = 0,000$	Valid
Konstanta dw	$dw = 0,000$	Valid
Konstanta dx	$dx = 0,000$	Valid
Konstanta dy	$dy = 0,000$	Valid
Konstanta dz	$dz = 0,000$	Valid
Konstanta ea	$ea = 0,000$	Valid
Konstanta eb	$eb = 0,000$	Valid
Konstanta ec	$ec = 0,000$	Valid
Konstanta ed	$ed = 0,000$	Valid
Konstanta ee	$ee = 0,000$	Valid
Konstanta ef	$ef = 0,000$	Valid
Konstanta eg	$eg = 0,000$	Valid
Konstanta eh	$eh = 0,000$	Valid
Konstanta ei	$ei = 0,000$	Valid
Konstanta ej	$ej = 0,000$	Valid
Konstanta ek	$ek = 0,000$	Valid
Konstanta el	$el = 0,000$	Valid
Konstanta em	$em = 0,000$	Valid
Konstanta en	$en = 0,000$	Valid
Konstanta eo	$eo = 0,000$	Valid
Konstanta ep	$ep = 0,000$	Valid
Konstanta eq	$eq = 0,000$	Valid
Konstanta er	$er = 0,000$	Valid
Konstanta es	$es = 0,000$	Valid
Konstanta et	$et = 0,000$	Valid
Konstanta eu	$eu = 0,000$	Valid
Konstanta ev	$ev = 0,000$	Valid
Konstanta ew	$ew = 0,000$	Valid
Konstanta ex	$ex = 0,000$	Valid
Konstanta ey	$ey = 0,000$	Valid
Konstanta ez	$ez = 0,000$	Valid
Konstanta fa	$fa = 0,000$	Valid
Konstanta fb	$fb = 0,000$	Valid
Konstanta fc	$fc = 0,000$	Valid
Konstanta fd	$fd = 0,000$	Valid
Konstanta fe	$fe = 0,000$	Valid
Konstanta ff	$ff = 0,000$	Valid
Konstanta fg	$fg = 0,000$	Valid
Konstanta fh	$fh = 0,000$	Valid
Konstanta fi	$fi = 0,000$	Valid
Konstanta fj	$fj = 0,000$	Valid
Konstanta fk	$fk = 0,000$	Valid
Konstanta fl	$fl = 0,000$	Valid
Konstanta fm	$fm = 0,000$	Valid
Konstanta fn	$fn = 0,000$	Valid
Konstanta fo	$fo = 0,000$	Valid
Konstanta fp	$fp = 0,000$	Valid
Konstanta fq	$fq = 0,000$	Valid
Konstanta fr	$fr = 0,000$	Valid
Konstanta fs	$fs = 0,000$	Valid
Konstanta ft	$ft = 0,000$	Valid
Konstanta fu	$fu = 0,000$	Valid
Konstanta fv	$fv = 0,000$	Valid
Konstanta fw	$fw = 0,000$	Valid
Konstanta fx	$fx = 0,000$	Valid
Konstanta fy	$fy = 0,000$	Valid
Konstanta fz	$fz = 0,000$	Valid
Konstanta ga	$ga = 0,000$	Valid
Konstanta gb	$gb = 0,000$	Valid
Konstanta gc	$gc = 0,000$	Valid
Konstanta gd	$gd = 0,000$	Valid
Konstanta ge	$ge = 0,000$	Valid
Konstanta gf	$gf = 0,000$	Valid
Konstanta gg	$gg = 0,000$	Valid
Konstanta gh	$gh = 0,000$	Valid
Konstanta gi	$gi = 0,000$	Valid
Konstanta gj	$gj = 0,000$	Valid
Konstanta gk	$gk = 0,000$	Valid
Konstanta gl	$gl = 0,000$	Valid
Konstanta gm	$gm = 0,000$	Valid
Konstanta gn	$gn = 0,000$	Valid
Konstanta go	$go = 0,000$	Valid
Konstanta gp	$gp = 0,000$	Valid
Konstanta gq	$gq = 0,000$	Valid
Konstanta gr	$gr = 0,000$	Valid
Konstanta gs	$gs = 0,000$	Valid
Konstanta gt	$gt = 0,000$	Valid
Konstanta gu	$gu = 0,000$	Valid
Konstanta gv	$gv = 0,000$	Valid
Konstanta gw	$gw = 0,000$	Valid
Konstanta gx	$gx = 0,000$	Valid
Konstanta gy	$gy = 0,000$	Valid
Konstanta gz	$gz = 0,000$	Valid
Konstanta ha	$ha = 0,000$	Valid
Konstanta hb	$hb = 0,000$	Valid
Konstanta hc	$hc = 0,000$	Valid
Konstanta hd	$hd = 0,000$	Valid
Konstanta he	$he = 0,000$	Valid
Konstanta hf	$hf = 0,000$	Valid
Konstanta hg	$hg = 0,000$	Valid
Konstanta hh	$hh = 0,000$	Valid
Konstanta hi	$hi = 0,000$	Valid
Konstanta hj	$hj = 0,000$	Valid
Konstanta hk	$hk = 0,000$	Valid
Konstanta hl	$hl = 0,000$	Valid
Konstanta hm	$hm = 0,000$	Valid
Konstanta hn	$hn = 0,000$	Valid
Konstanta ho	$ho = 0,000$	Valid
Konstanta hp	$hp = 0,000$	Valid
Konstanta hq	$hq = 0,000$	Valid
Konstanta hr	$hr = 0,000$	Valid
Konstanta hs	$hs = 0,000$	Valid
Konstanta ht	$ht = 0,000$	Valid
Konstanta hu	$hu = 0,000$	Valid
Konstanta hv	$hv = 0,000$	Valid
Konstanta hw	$hw = 0,000$	Valid
Konstanta hx	$hx = 0,000$	Valid
Konstanta hy	$hy = 0,000$	Valid
Konstanta hz	$hz = 0,000$	Valid
Konstanta ia	$ia = 0,000$	Valid
Konstanta ib	$ib = 0,000$	Valid
Konstanta ic	$ic = 0,000$	Valid
Konstanta id	$id = 0,000$	Valid
Konstanta ie	$ie = 0,000$	Valid
Konstanta if	$if = 0,000$	Valid
Konstanta ig	$ig = 0,000$	Valid
Konstanta ih	$ih = 0,000$	Valid
Konstanta ii	$ii = 0,000$	Valid
Konstanta ij	$ij = 0,000$	Valid
Konstanta ik	$ik = 0,000$	Valid
Konstanta il	$il = 0,000$	Valid
Konstanta im	$im = 0,000$	Valid
Konstanta in	$in = 0,000$	Valid
Konstanta io	$io = 0,000$	Valid
Konstanta ip	$ip = 0,000$	Valid
Konstanta iq	$iq = 0,000$	Valid
Konstanta ir	$ir = 0,000$	Valid
Konstanta is	$is = 0,000$	Valid
Konstanta it	$it = 0,000$	Valid
Konstanta iu	$iu = 0,000$	Valid
Konstanta iv	$iv = 0,000$	Valid
Konstanta iw	$iw = 0,000$	Valid
Konstanta ix	$ix = 0,000$	Valid
Konstanta iy	$iy = 0,000$	Valid
Konstanta iz	$iz = 0,000$	Valid
Konstanta ja	$ja = 0,000$	Valid
Konstanta jb	$jb = 0,000$	Valid
Konstanta jc	$jc = 0,000$	Valid
Konstanta jd	$jd = 0,000$	Valid
Konstanta je	$je = 0,000$	Valid
Konstanta jf	$jf = 0,000$	Valid
Konstanta jg	$jg = 0,000$	Valid
Konstanta jh	$jh = 0,000$	Valid
Konstanta ji	$ji = 0,000$	Valid
Konstanta jj	$jj = 0,000$	Valid
Konstanta jk	$jk = 0,000$	Valid
Konstanta jl	$jl = 0,000$	Valid
Konstanta jm	$jm = 0,000$	Valid
Konstanta jn	$jn = 0,000$	Valid
Konstanta jo	$jo = 0,000$	Valid
Konstanta jp	$jp = 0,000$	Valid
Konstanta jq	$jq = 0,000$	Valid
Konstanta jr	$jr = 0,000$	Valid
Konstanta js	$js = 0,000$	Valid
Konstanta jt	$jt = 0,000$	Valid
Konstanta ju	$ju = 0,000$	Valid
Konstanta jv	$jv = 0,000$	Valid
Konstanta jw	$jw = 0,000$	Valid
Konstanta jx	$jx = 0,000$	Valid
Konstanta jy	$jy = 0,000$	Valid
Konstanta jz	$jz = 0,000$	Valid
Konstanta ka	$ka = 0,000$	Valid
Konstanta kb	$kb = 0,000$	Valid
Konstanta kc	$kc = 0,000$	Valid
Konstanta kd	$kd = 0,000$	Valid
Konstanta ke	$ke = 0,000$	Valid
Konstanta kf	$kf = 0,000$	Valid
Konstanta kg	$kg = 0,000$	Valid
Konstanta kh	$kh = 0,000$	Valid
Konstanta ki	$ki = 0,000$	Valid
Konstanta kj	$kj = 0,000$	Valid
Konstanta kk	$kk = 0,000$	Valid
Konstanta kl	$kl = 0,000$	Valid
Konstanta km	$km = 0,000$	Valid
Konstanta kn	$kn = 0,000$	Valid
Konstanta ko	$ko = 0,000$	Valid
Konstanta kp	$kp = 0,000$	Valid
Konstanta kq	$kq = 0,000$	Valid
Konstanta kr	$kr = 0,000$	Valid
Konstanta ks	$ks = 0,000$	Valid
Konstanta kt	$kt = 0,000$	Valid
Konstanta ku	$ku = 0,000$	Valid
Konstanta kv	$kv = 0,000$	Valid
Konstanta kw	$kw = 0,000$	Valid
Konstanta kx	$kx = 0,000$	Valid
Konstanta ky	$ky = 0,000$	Valid
Konstanta kz	$kz = 0,000$	Valid
Konstanta la	$la = 0,000$	Valid
Konstanta lb	$lb = 0,000$	Valid
Konstanta lc	$lc = 0,000$	Valid
Konstanta ld	$ld = 0,000$	Valid
Konstanta le	$le = 0,000$	Valid
Konstanta lf	$lf = 0,000$	Valid
Konstanta lg	$lg = 0,000$	Valid
Konstanta lh	$lh = 0,000$	Valid
Konstanta li	$li = 0,000$	Valid
Konstanta lj	$lj = 0,000$	Valid
Konstanta lk	$lk = 0,000$	Valid
Konstanta ll	$ll = 0,000$	Valid
Konstanta lm	$lm = 0,000$	Valid
Konstanta ln	$ln = 0,000$	Valid
Konstanta lo	$lo = 0,000$	Valid
Konstanta lp	$lp = 0,000$	Valid
Konstanta lq	$lq = 0,000$	Valid
Konstanta lr	$lr = 0,000$	Valid
Konstanta ls	$ls = 0,000$	Valid
Konstanta lt	$lt = 0,000$	Valid
Konstanta lu	$lu = 0,000$	Valid
Konstanta lv	$lv = 0,000$	Valid
Konstanta lw	$lw = 0,000$	Valid
Konstanta lx	$lx = 0,000$	Valid
Konstanta ly	$ly = 0,000$	Valid
Konstanta lz	$lz = 0,000$	Valid
Konstanta ma	$ma = 0,000$	Valid
Konstanta mb	$mb = 0,000$	Valid
Konstanta		

Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 3,526 dan signifikansi 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik interaksi dan penyampaian informasi selama *live streaming*, semakin besar kecenderungan konsumen melakukan pembelian. Temuan ini sejalan dengan Lubis (2025) serta Syulhasbiullah et al. (2024) yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian

Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung 8,205 dan signifikansi $<0,001$. Nilai Standardized Beta sebesar 0,677 juga menunjukkan bahwa variabel ini lebih dominan dibandingkan *Live Streaming* yang memiliki Beta 0,291. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ulasan pelanggan menjadi sumber informasi penting dalam membantu konsumen mempertimbangkan pembelian. Temuan ini sejalan dengan Amalia et al. (2024) dan Nuraeni dan Irawati (2021).

Pengaruh *Live Streaming* dan *Online Customer Review* secara Simultan

Secara simultan, *Live Streaming* dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung 114,243 dan signifikansi $<0,001$. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,807 menunjukkan bahwa 80,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 19,3% dipengaruhi faktor lain di luar model. Hasil ini sejalan dengan Sinaga dan Rochdianingrum (2024), yang menunjukkan bahwa *Live Streaming* dan *Online Customer Review* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan pernyataan bahwa apa yang diharapkan, sebagaimana dinyatakan dalam pendahuluan, yaitu *Live Streaming* dan *Online Customer Review* dapat berperan dalam mendorong keputusan pembelian *lip tint* Focallure pada pengguna Shopee, telah didukung oleh hasil penelitian. *Live Streaming* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian pula, *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta menjadi variabel yang lebih dominan dibandingkan *Live Streaming*.

Secara simultan, *Live Streaming* dan *Online Customer Review* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,807 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 80,7% variasi keputusan pembelian, sedangkan 19,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian mendukung bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam menjelaskan keputusan pembelian *lip tint* Focallure pada pengguna Shopee di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa interaksi atau tanya jawab dalam *Live Streaming* dan kegunaan *Online Customer Review* menjadi aspek yang relatif kuat, sedangkan kecepatan respons penjual, daya tarik promosi, dan kelengkapan informasi ulasan masih dapat ditingkatkan. Oleh karena itu, Focallure disarankan untuk meningkatkan kualitas interaksi dan respons penjual selama *live streaming* serta mendorong tersedianya ulasan konsumen yang

lebih lengkap dan informatif. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain, seperti harga, kualitas produk, dan loyalitas merek, serta memperluas jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. L., Dahliani, Y., & Edi, B. Q. R. (2024). Pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 5(1).
- Dewasandra, N. S., & Artadita, S. (2024). Pengaruh *Live Streaming* dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Giwigewi di Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2170>
- Fitryani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran *impulsive buying* saat *live streaming* pada masa pandemi COVID-19 (Studi kasus e-commerce Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Ltd.
- Lubis, F. F. (2025). Pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian konsumen dan o pada produk skincare (Penelitian kasus pada penggunaan platform TikTok Shop). *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 5(3).
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). *The effect of online customer review, quality product, and promotion on purchasing decision through Shopee marketplace (A case study of UBSI college student)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4).
- Putri, C., Simamora, V., & Pravitasari, E. (2025). *The Effect of Live Streaming and Online Customer Reviews on Consumer Purchasing Decisions of Jennskin Products Shopee*. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 7(1), 899-908. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/dijemss.v7i1>
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Syulhasbiullah, M., Hidayat, M., & Daud, A. (2023). *Online brand trust, and promotion in social commerce on purchase decisions*.