

ABSTRAK

Digitalisasi mengubah pola perilaku konsumen dan mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran yang lebih modern. Banyak sekali pelaku usaha yang berloba untuk menjangkau konsumen melalui pemasaran digital yang mengakibatkan semakin penuh sesaknya persaingan usaha yang menimbulkan masalah penurunan penjualan di beberapa bulan pada tahun 2025. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing dan live streaming terhadap keputusan pembelian konsumen online Shopee pada produk benang PT. Laju Karya Mandiri di Kabupaten Bandung Barat. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian secara online di toko resmi perusahaan tersebut. Variabel bebas yang diteliti meliputi digital marketing dan live streaming, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin efektif penerapan strategi digital marketing, semakin besar kecenderungan konsumen untuk membeli produk. Live streaming juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sehingga kualitas interaksi, penjelasan produk, dan keterlibatan audiens dalam sesi live menjadi faktor yang mendorong terjadinya pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, menandakan bahwa kombinasi strategi pemasaran digital dan live streaming mampu meningkatkan daya tarik, kepercayaan, serta minat beli konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi PT. Laju Karya Mandiri dan pelaku usaha sejenis untuk mengoptimalkan sinergi antara konten digital yang menarik, interaktif, dan informatif dengan sesi live streaming yang komunikatif dan meyakinkan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di era digital, khususnya di sektor industri tekstil.

Kata Kunci: Digital Marketing, Live Streaming, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Digitalization is changing consumer behavior patterns and pushing companies to adapt to more modern marketing strategies. Many businesses are competing to reach consumers through digital marketing, resulting in increasingly fierce competition that has led to a decline in sales in several months of 2025. This study aims to analyze the influence of digital marketing and live streaming on consumers' online purchasing decisions for PT. Laju Karya Mandiri's thread products on Shopee in West Bandung Regency. A quantitative approach was used with a survey method targeting consumers who had previously made online purchases at the company's official store. The independent variables studied include digital marketing and live streaming, while the dependent variable is purchasing decisions. The results of the study indicate that digital marketing has a positive and significant impact on purchasing decisions, meaning that the more effective the implementation of digital marketing strategies, the greater the likelihood of consumers purchasing the product. Live streaming was also found to have a positive and significant influence, with the quality of interaction, product explanations, and audience engagement during live sessions being key factors driving purchases. Simultaneously, both variables exert a strong influence on purchasing decisions, indicating that the combination of digital marketing strategies and live streaming can enhance product appeal, consumer trust, and purchasing interest. This study provides practical implications for PT. Laju Karya Mandiri and similar businesses to optimize the synergy between engaging, interactive, and informative digital content with communicative and convincing live streaming sessions. These findings are expected to serve as a reference in designing effective marketing strategies in the digital era, particularly in the textile industry sector.

Keywords: Digital Marketing, Live Streaming, Purchase Decision