

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan (*trust*) serta pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap keputusan pembelian Produk Glad2glow pada Generasi Z pengikut akun Tiktok @glad2glow_id. Pengambilan sampel menggunakan Teknik purposive sampling, total sampel yang digunakan sebanyak 140 responden dengan kriteria (1) Pengikut akun Tiktok @glad2glow_id (2) Usia 13-28 tahun atau Generasi Z (3) Pernah membeli produk glad2glow melalui *live streaming* akun Tiktok @glad2glow_id (4) Pernah menonton *live streaming* @glad2glow_id di Tiktok. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis PLS-SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Model*) dengan program SmartPLS, serta teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *live streaming* berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*trust*).

Kata kunci: *live streaming*, keputusan pembelian, kepercayaan (*trust*)

