

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Live Streaming*, *Konten Marketing*, dan *Promosi* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pixy**

Marchella Guritna Halim 1) Cynthia Sari Dewi . 2)

<sup>1) 2)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh live streaming, konten marketing, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Pixy. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik purposive sampling dari 130 konsumen Pixy di wilayah Jakarta. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen (live streaming, konten marketing, dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini merekomendasikan perusahaan untuk memanfaatkan live streaming dan konten marketing secara lebih strategis dalam kegiatan promosi, guna meningkatkan daya saing produk di pasar kosmetik.

**Kata kunci:** *Live Streaming*, *Konten Marketing*, *Promosi*, *Keputusan Pembelian*, *Produk Kosmetik*