

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel keputusan beli daring. Keputusan beli menggunakan media *Live streaming* dapat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan konsumen dan komunikasi *live streaming*. Data diperoleh memalui kuesioner yang dibagikan secara daring kepada responden yang memenuhi persyaratan. Teknik penyempelan menggunakan purposive sampling sebanyak 150 responden. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan konsumen dan komunikasi *live streaming* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan beli daring, serta variabel kepercayaan konsumen memediasi hubungan antara komunikasi *live streaming* dan keputusan beli daring.