

ABSTRAK

Perkembangan pengguna *e-commerce* di Indonesia semakin pesat. Dengan perkembangan yang pesat menjadikan belanja *online* semakin marak untuk digunakan oleh masyarakat yang menjadikan persaingan cenderung kuat dengan menawarkan berbagai kemudahan dan diskon untuk senantiasa menarik minat beli konsumen. Berdasarkan hal tersebut, dampak negatif yang dirasakan dengan adanya penurunan jumlah pengunjung Shopee pada Februari 2023 sebesar 16% dibandingkan bulan sebelumnya. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya *platform* jual beli yang berlomba memberikan penawaran menarik. Oleh sebab itu, Shopee menghadirkan inovasi berupa *Voucher Shopee Live Discount*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap minat beli melalui loyalitas konsumen *voucher* Shopee *live discount* (studi pada pengguna *platform* Shopee di kota Bandung). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 192 responden sebagai pengguna *Voucher Shopee Live Discount* di Kota Bandung dengan melalui teknik *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan merupakan analisis jalur (*path analysis*) menggunakan *software* SmartPLS versi 3.29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui loyalitas konsumen dengan *t-statistic* 9,127 dan *p-values* $0 < 0,05$ serta koefisien jalur sebesar 0,493 yang berarti nilai positif.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Minat Beli, dan Loyalitas Konsumen