

ABSTRAK

Perilaku konsumen telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital, khususnya pada platform *e-commerce* Shopee yang paling mendominasi di Indonesia. Shopee menyediakan fitur seperti *Live Streaming* dan *Flash Sale* guna mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembeliannya. Penelitian ini berfokus pada fungsi kepercayaan konsumen sebagai mediator dalam menjelaskan keterkaitan antara fitur-fitur tersebut dan keputusan pembelian. Metode yang dimanfaatkan ialah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden pengguna Shopee yang sudah pernah bertransaksi melalui fitur *Live Streaming* dan *Flash Sale*. Analisis data dilakukan dengan SPSS dan pengujian analisis jalur. Temuan penelitiannya memperlihatkan bahwa *Live Streaming* dan *Flash Sale* berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen juga memiliki dampak besar pada keputusan pembeliannya. Serta, kepercayaan konsumen juga berfungsi sebagai mediator yang signifikan dalam keterkaitan antara fitur *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap keputusan pembeliannya. Studi ini menghasilkan implikasi signifikan bagi pelaku usaha *e-commerce* dalam memperbaiki strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan fitur interaktif dan membangun kepercayaan konsumen untuk mendorong keputusan pembelian.

Kata kunci: *Live Streaming*, *Flash Sale*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.