

**PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**Studi Pada Pengguna *Platform* Shopee *Live PAB Shoes One Store '24***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi**



**Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya  
1231913041**

**FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**Jakarta**


**2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rr. Kun Bessdina Anisahtasia Maziyya

NIM : 1231913041

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Februari 2025

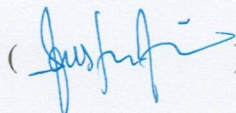
## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

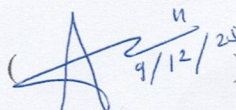
Nama : Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya  
NIM : 1231913041  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Platform* Shopee *Live PAB Shoes One Store '24*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

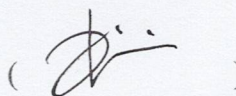
### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. (  )

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

(  )

Penguji 2 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Februari 2025

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh *Live Streaming* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Platform* Shopee *Live PAB Shoes One Store '24*)". Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bimbingan, dukungan, serta bantuan dalam berbagai bentuk selama proses penyusunan Tugas Akhir. Dengan penuh rasa hormat dan apresiasi, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

### **1. Allah SWT**

Atas limpahan rahmat, hidayah, dan kekuatan yang diberikan, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Tanpa pertolongan-Nya, semua ini tidak akan mungkin terwujud.

### **2. Suami dan Anak-anak dan Keluarga Besar**

Sumber semangat, kebahagiaan, dan kekuatan penulis dalam menempuh perjalanan akademik ini. Terima kasih atas restu, doa, kesabaran, pengorbanan, serta dukungan tanpa batas yang selalu diberikan.

### **3. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.sos., M.si.**

Selaku dosen pembimbing yang dengan penuh dedikasi dan bimbingannya telah memberikan dukungan, wawasan serta ilmu yang sangat berharga dalam perjalanan akademik penulis.

### **4. Dosen Penguji 1 Mba Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.**

Untuk masukan yang berharga, teliti dan detail, serta kritik yang membangun telah membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian ini.

**5. Dosen Penguji 2 Mba Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)**

Atas kesediaan untuk memberikan evaluasi dan apresiasi terhadap penelitian ini sehingga meningkatkan kualitas penelitian penulis.

**6. tvOne**

Atas kepercayaan dan kesempatan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat memperoleh beasiswa untuk menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.

**7. Sahabat Penulis**

Untuk kebersamaan, dukungan moral, tawa dan tangis yang membuat perjalanan ini lebih ringan dan menyenangkan. Semoga Allah SWT beri kebaikan berkali lipat untuk kalian (*you know who you are*, teman-teman baik).

**8. Teman-teman Kelas Karyawan B Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2023**

Terima kasih atas diskusi yang penuh wawasan, tawa di sela-sela tugas yang menumpuk, serta motivasi yang selalu menguatkan satu sama lain.

Jakarta, 13 Februari 2025



Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya  
NIM : 1231913041  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

#### **Studi Pada Pengguna *Platform Shopee Live PAB Shoes One Store '24***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Februari 2025

Yang menyatakan,



Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya

**PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**Studi Pada Pengguna *Platform* Shopee *Live* PAB *Shoes One Store '24***

**Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya**

---

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan studi kasus pada pengguna *platform* Shopee *Live* di toko PAB *Shoes One Store '24*. Perkembangan pesat *e-commerce* telah mengubah pola konsumsi masyarakat, di mana *live streaming* menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang semakin populer. Melalui interaksi *real-time*, fitur ini memungkinkan penjual untuk memberikan informasi produk secara lebih interaktif dan mendetail, sehingga berpotensi meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dari responden yang telah menyaksikan *live streaming* Shopee di toko PAB *Shoes One Store '24*. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel independen (*live streaming*) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* Shopee memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Aspek-aspek seperti kemudahan interaksi penjual dan pembeli, bahasa yang akrab dan familiar, serta metode pembayaran yang aman menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi *live streaming* yang lebih efektif guna meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi *platform e-commerce* dalam mengembangkan fitur interaktif yang lebih optimal untuk mendukung pengalaman belanja *online*.

**Kata kunci:** *Live streaming*, Shopee, keputusan pembelian, *e-commerce*, pemasaran digital.

***THE INFLUENCE OF SHOPEE LIVE STREAMING ON PURCHASE  
DECISIONS***

*A Study on Shopee Live Platform Users at PAB Shoes One Store '24*

**Rr. Kun Bessdinia Anisahtasia Maziyya**

---

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of Shopee live streaming on consumer purchasing decisions, with a case study on Shopee Live platform users at PAB Shoes One Store '24. The rapid development of e-commerce has transformed consumer behavior, with live streaming emerging as an increasingly popular digital marketing strategy. Through real-time interaction, this feature enables sellers to provide product information in a more interactive and detailed manner, potentially enhancing consumer trust and purchasing decisions. This research employs a quantitative approach using a survey method, where data was collected through questionnaires from respondents who had watched Shopee live streaming at PAB Shoes One Store '24. The data was analyzed using a simple linear regression test to examine the relationship between the independent variable (live streaming) and the dependent variable (purchasing decision). The findings indicate that Shopee live streaming has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions. Key factors affecting purchasing decisions include the ease of interaction between sellers and buyers, the use of familiar and engaging language, and secure payment methods. These findings provide practical implications for business practitioners in designing more effective live streaming strategies to enhance consumer trust and buying interest. Additionally, this study can serve as a reference for e-commerce platforms in developing more optimal interactive features to support the online shopping experience.*

***Keywords:*** *Live streaming, Shopee, purchasing decision, e-commerce, digital marketing*



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Teori yang Relevan .....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Pemasaran Digital .....	11
2.1.3 <i>E-commerce</i> .....	12
2.1.4 Shopee.....	12
2.1.5 <i>Live Streaming</i> .....	13
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis .....	19
2.2.1 Penelitian Sebelumnya.....	19
2.2.2 Hipotesis .....	34
2.3 Model Kerangka Hipotesis.....	34

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Desain dan Pendekatan .....	37
3.2 Populasi dan Sampling.....	38
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran .....	39
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.2 Teknik Pengukuran Data.....	42
3.4 Analisis Data .....	43
3.4.1 Uji Deskriptif .....	43
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	44
3.5 Uji Keabsahan Data.....	45
3.5.1 Uji Validitas .....	45
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.6 Operasionalisasi Variabel .....	46
3.6.1 Variabel Independen .....	46
3.6.2 Variabel Dependen.....	48
3.6.3 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	55
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
4.2 Penyajian Data .....	59
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	59
4.2.2 Uji Keabsahan Data .....	92
4.2.3 Uji Hipotesis .....	98
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	102
4.3.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna <i>Platform</i> Shopee <i>Live PAB Shoes One Store '24)</i> .....	102
4.3.2 Faktor-Faktor di Luar Penelitian yang Memengaruhi Variabel	

Keputusan Pembelian .....	105
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
5.1 Simpulan .....	107
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	108
5.3 Saran dan Implikasi.....	108
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya .....	108
5.3.2 Saran Untuk Industri/Lembaga/Subyek.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>116</b>
1. Daftar Konstruk dan Kuesioner .....	116
2. Hasil Analisis Statistik .....	123
2.1 Tabulasi Data.....	123
2.2 Hasil Uji Validitas .....	146
2.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	147
2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
2.4.1 Uji Normalitas .....	148
2.4.2 Uji Linearitas .....	148
2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	149
2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	149
2.5.1 Hasil Model Summary .....	149
2.5.2 Hasil Uji F (ANOVA).....	149
2.5.3 Hasil Koefisien Regresi Linear Sederhana.....	150
2.6 Tabel Distribusi .....	150
2.6.1 R Tabel .....	150
2.6.2 T Tabel .....	151
2.6.3 F Tabel.....	152
3. Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas .....	153
3.1 Hasil Uji Coba Validitas.....	153
3.2 Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	156
4. <i>Executive Summary</i> .....	157

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Sebelumnya .....	24
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan atau Kegiatan Utama .....	58
Tabel 4.4 Kategori Penilaian.....	60
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Live Streaming</i> .....	60
Tabel 4.6 Penilaian Responden Kualitas Produk yang Dirasakan .....	62
Tabel 4.7 Penilaian Responden Kualitas Produk yang Dirasakan .....	63
Tabel 4.8 Penilaian Responden Kualitas Produk yang Dirasakan .....	64
Tabel 4.9 Penilaian Responden Hiburan yang Dirasakan.....	64
Tabel 4.10 Penilaian Responden Hiburan yang Dirasakan.....	65
Tabel 4.11 Penilaian Responden Hiburan yang Dirasakan.....	66
Tabel 4.12 Penilaian Responden Diskon yang Dirasakan .....	66
Tabel 4.13 Penilaian Responden Diskon yang Dirasakan .....	67
Tabel 4.14 Penilaian Responden Diskon yang Dirasakan .....	68
Tabel 4.15 Penilaian Responden Interaktivitas yang Dirasakan.....	68
Tabel 4.16 Penilaian Responden Interaktivitas yang Dirasakan.....	69
Tabel 4.17 Penilaian Responden Interaktivitas yang Dirasakan.....	70
Tabel 4.18 Penilaian Responden Profesionalisme yang Dirasakan .....	71
Tabel 4.19 Penilaian Responden Profesionalisme yang Dirasakan .....	72
Tabel 4.20 Penilaian Responden Profesionalisme yang Dirasakan .....	72
Tabel 4.21 Penilaian Responden Kesamaan yang Dirasakan .....	73
Tabel 4.22 Penilaian Responden Kesamaan yang Dirasakan .....	73
Tabel 4.23 Penilaian Responden Kesamaan yang Dirasakan .....	74
Tabel 4.24 Grafik Nilai Rata-Rata Variabel <i>Live Streaming</i> .....	75
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	76

Tabel 4.26 Penilaian Responden Pilihan Produk .....	78
Tabel 4.27 Penilaian Responden Pilihan Produk .....	79
Tabel 4.28 Penilaian Responden Pilihan Produk .....	80
Tabel 4.29 Penilaian Responden Pilihan Merek .....	81
Tabel 4.30 Penilaian Responden Pilihan Merek .....	81
Tabel 4.31 Penilaian Responden Pilihan Merek .....	82
Tabel 4.32 Penilaian Responden Pilihan Penyalur/Penjual .....	83
Tabel 4.33 Penilaian Responden Pilihan Penyalur/Penjual .....	84
Tabel 4.34 Penilaian Responden Pilihan Penyalur/Penjual .....	85
Tabel 4.35 Penilaian Responden Jumlah Pembelian.....	85
Tabel 4.36 Penilaian Responden Jumlah Pembelian.....	86
Tabel 4.37 Penilaian Responden Jumlah Pembelian.....	87
Tabel 4.38 Penilaian Responden Waktu Pembelian .....	87
Tabel 4.39 Penilaian Responden Waktu Pembelian .....	88
Tabel 4.40 Penilaian Responden Waktu Pembelian .....	89
Tabel 4.41 Penilaian Responden Metode Pembayaran .....	89
Tabel 4.42 Penilaian Responden Metode Pembayaran .....	90
Tabel 4.43 Grafik Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian .....	90
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Live Streaming</i> (X) .....	92
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	94
Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Tabel 4.47 Hasil Uji Normalitas .....	98
Tabel 4.48 Hasil Uji Linearitas .....	99
Tabel 4.49 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	99
Tabel 4.50 Hasil Model <i>Summary</i> .....	100
Tabel 4.51 Hasil Uji F (ANOVA).....	101
Tabel 4.52 Koefisien Regresi Linear Sederhana.....	101

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Proyeksi Pertumbuhan *E-Commerce* Indonesia Tertinggi ..... 2

Gambar 1.2 Dok Ipsos..... 3

Gambar 3.1 Skala Diferensial Semantik ..... 43

Gambar 4.1 Logo PAB *Shoes One Store '24*..... 55

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Konstruk dan Kuesioner .....	116
2. Hasil Analisis Statistik .....	123
2.1 Tabulasi Data.....	123
2.2 Hasil Uji Validitas .....	146
2.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	147
2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
2.4.1 Uji Normalitas .....	148
2.4.2 Uji Linearitas .....	148
2.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	149
2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	149
2.5.1 Hasil Model Summary .....	149
2.5.2 Hasil Uji F (ANOVA).....	149
2.5.3 Hasil Koefisien Regresi Linear Sederhana.....	150
2.6 Tabel Distribusi .....	150
2.6.1 R Tabel .....	150
2.6.2 T Tabel .....	151
2.6.3 F Tabel.....	152
3. Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas .....	153
3.1 Hasil Uji Coba Validitas.....	153
3.2 Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	156
4. <i>Executive Summary</i> .....	157