

**ANALISIS PENGARUH *GUIDANCE SHOPPING*, *IMMERSION*,
PARASOCIAL INTERACTION TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PADA SHOPEE *LIVE STREAMING SHOPPING*
EN-JI BY PALOMINO**

TUGAS AKHIR



**Tiara Septi Irwanda
(1191001083)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama : Tiara Septi Irwanda

NPM : 1191001083

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tiara', with a stylized flourish at the end.

Tanggal : 05 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

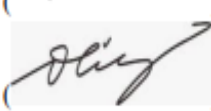
Nama : Tiara Septi Irwanda
NIM : 1191001083
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Guidance Shopping, Immersion, Parasocial Interaction
Terhadap Purchase Intention Pada Shopee Live Streaming Shopping En-Ji
By Palomino

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Manajemen, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

•

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.

()
()

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd.,MM

Penguji II : Raden Aryo Febrian

()

Ditetapkan di : Jakarta, Indonesia

Tanggal : 05 September 2026

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Septi Irwanda
NPM : 1191001083
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh *Guidance Shopping, Immersion, Parasocial Interaction* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Shopee Live streaming Shopping* En-ji by Palomino”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkal data, merawat dan mempublikas Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 05 September 2026

Yang menyatakan,



Tiara Septi Irwanda

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Guidance Shopping*, *Immersion* dan *Parasocial Interaction* terhadap *Purchase Intention* pada *Shopee Live Streaming Shopping* En-Ji by Palomino” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan baik moral maupun material.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan motivasi kepada penulis.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Sahabat, teman-teman, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, 05 September 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tiara Septi Irwanda', with a stylized flourish at the end.

Tiara Septi Irwanda

**ANALISIS PENGARUH *GUIDANCE SHOPPING*, *IMMERSION*,
PARASOCIAL INTERACTION TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA SHOPEE *LIVE STREAMING SHOPPING* EN-JI BY PALOMINO**

Tiara Septi Irwanda

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja melalui platform *e-commerce*, khususnya melalui fitur *live streaming shopping*. Fenomena ini mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai strategi pemasaran interaktif guna meningkatkan *purchase intention* konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *guidance shopping*, *immersion*, dan *parasocial interaction* terhadap *purchase intention* pada Shopee Live Streaming En-Ji by Palomino. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *guidance shopping* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. *Immersion* dan *parasocial interaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa En-Ji by Palomino perlu memfokuskan strategi *live streaming* pada peningkatan pengalaman imersif dan pembangunan hubungan yang lebih personal dengan audiens. Upaya yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan kualitas visual dan interaktivitas siaran, menampilkan produk secara lebih detail, memperbanyak sesi komunikasi dua arah, serta memperkuat kedekatan emosional antara *host* dan penonton.

Kata Kunci: *Guidance Shopping*, *Immersion*, *Parasocial Interaction*, *Purchase Intention*

**THE INFLUENCE OF GUIDANCE SHOPPING, IMMERSION, AND
PARASOCIAL INTERACTION ON PURCHASE INTENTION IN
SHOPEE LIVE STREAMING SHOPPING: A STUDY OF EN-JI BY
PALOMINO**

Tiara Septi Irwanda

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed consumer shopping behavior through e-commerce platforms, particularly through live streaming shopping features. This phenomenon has encouraged businesses to adopt various interactive marketing strategies to enhance consumers' purchase intention. This study aims to analyze the influence of guidance shopping, immersion, and parasocial interaction on purchase intention in Shopee Live Streaming En-Ji by Palomino. This study employed a quantitative approach and utilized multiple linear regression analysis to examine the relationships among the variables. The findings reveal that guidance shopping does not have a significant effect on purchase intention. In contrast, immersion and parasocial interaction have positive and significant effects on purchase intention. These results indicate that consumers are more likely to develop purchase intentions when they experience a higher level of engagement and emotional connection during live streaming sessions. The implications of this study suggest that En-Ji by Palomino should focus its live streaming strategy on enhancing immersive experiences and fostering more personal relationships with audiences. Efforts may include improving visual quality and stream interactivity, providing more detailed product demonstrations, increasing two-way communication sessions, and strengthening the emotional connection between hosts and viewers.

Keyword: Guidance Shopping, Immersion, Parasocial Interaction, Purchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Teori Tindakan Terencana	11
2.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.3. <i>Live Streaming Shopping</i>	15
2.4. <i>Guidance Shopping</i>	16
2.5. <i>Immersion</i>	19
2.6. <i>Parasocial Interaction</i>	21
2.7. <i>Purchase Intention</i>	23
2.8. Studi Relevan	25
2.9. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.9.1 Hubungan Antara <i>Guidance Shopping</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...	26
2.9.2 Hubungan Antara <i>Immersion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	28
2.9.3 Hubungan Antara <i>Parasocial Interaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2.10. Kerangka Model Berpikir	31
2.11. Hipotesis Penelitian.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Populasi dan Sampling	32
3.1.1 Populasi	32
3.1.2 Sampling	32
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3 Definisi Operasional Variabel	33
3.4 Analisis Data	36
3.4.1 Uji Instrumen	36
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.4.3 Uji Hipotesis	38
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5 Model Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Transformasi Data Ordinal Ke Interval	40
4.1.2 Hasil Pengujian Instrumen	40
4.1.3 Karakteristik Responden	42
4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	45
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis	48
4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.2.1 Pengaruh <i>Guidance Shopping</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	51
4.2.2 Pengaruh <i>Immersion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	52
4.2.3 Pengaruh <i>Parasocial Interaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	54
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	56
5.3 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	61