

**MEMPREDIKSI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
KONSUMEN UNTUK BELANJA *ONLINE* SAAT PENJUAL *LIVE*
STREAMING DI MEDIA SOSIAL**

SYAFIRA AHSANTI

1705618024



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

**PREDICTING FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER
PURCHASE INTENTION FOR ONLINE SHOPPING WHEN SELLER
LIVE STREAMING ON SOCIAL MEDIA**

SYAFIRA AHSANTI

1705618024



**This Thesis was Prepared as one of the Requirements for Obtaining a Bachelor
of Management Degree at the Faculty of Economics, State University of
Jakarta**

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

MANAGEMENT S1 STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Syafira Ahsanti, 2021; Memprediksi Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Konsumen untuk Belanja *Online* Saat Penjual *Live Streaming* di Media Sosial. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si.,Ph.D dan Rahmi, S.E., M.S.M.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh orientasi berbelanja, promosi penjualan dan kepercayaan terhadap niat beli untuk berbelanja *online* pada saat penjual sedang melakukan *live streaming* di media sosial. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei berupa kuesioner melalui *google form*. Responden dalam penelitian ini ialah konsumen pengguna media sosial (17- 40 tahun) yang berdomisili di DKI Jakarta, gemar berbelanja *online* melalui media sosial dan berjumlah 200 responden. Teknik analisis data menggunakan AMOS versi 26 dan SPSS versi 26 untuk mengolah dan menganalisis data dari hasil penelitian. Hasil penelitian dapat menunjukkan variabel *shopping orientation*, *online trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Variabel *shopping orientation*, *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online trust*. Variabel *sales promotion* tidak memiliki pengaruh apapun terhadap variabel *purchase intention*.

Kata kunci: *Shopping Orientation*, *Online Trust*, *Sales Promotion*, Niat Beli untuk Belanja *Online*, Belanja *Online* saat Penjual *Live Streaming*.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT

Syafira Ahsanti, 2021; Predicting Factors Affecting Consumer Purchase Intentions for Online Shopping when Sellers Live Streaming on Social Media. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management S1 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Usep Suhud, M.Si.,Ph.D dan Rahmi, S.E., M.S.M.

The purpose of this study was to examine the effect of shopping orientation, sales promotion and trust on purchase intention to shop online when the seller was live streaming on social media. The data collection method used a survey method in the form of a questionnaire via google form. Respondents in this study were consumers of social media users (17-40 years old) who lived in DKI Jakarta, liked to shop online through social media and found 200 respondents. The data analysis technique used AMOS version 26 and SPSS version 26 to process and analyze data from the research results. The results of the study can show that the variables of shopping orientation, online trust have a positive and significant effect on purchase intention. The variable of shopping orientation, sales promotion has a positive and significant effect on online trust. The sales promotion variable does not have any effect on the purchase intention variable.


Keywords: Shopping Orientation, Online Trust, Sales Promotion, Purchase Intention for Online Shopping, Online Shopping when Seller Live Streaming

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP.197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Ketua Sidang)		26-08-2022
2	Andi Muhammad Sadat, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		27-08-2022
3	Ika Febrilia SE.,MM NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)		27-08-2022
4	Prof. Usep Suhud, M.Si.,Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		29-08-2022
5	Rahmi, SE., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		27-08-2022
Nama: Syafira Ahsanti No. Registrasi : 1705618024 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 16 Agusts 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap dua tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh sungguh, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya, sesuai norma yang di berlakukan pada Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juni 2022

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan* Yang Membuat Pernyataan



Syafira Ahsanti

No. Reg. 1705618024

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Syafira
NIM 1705618024
Fakultas/Prodi Fakultas Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : safiraahsanti33@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain ()

yang berjudul :

Memprediksi Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Konsumen untuk Belanja Online saat Penjual Live Streaming di Media Sosial

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juni 2022

Penulis,



No.Reg. 1705618024

MOTTO

“Risiko yang paling besar adalah tidak mengambil risiko. Dalam dunia yang berubah dengan cepat, strategi yang pasti akan gagal adalah tidak mengambil risiko.”

- Mark Zuckerberg

“Belajarlaha dari kemarin, hiduplah untuk hari ini, berharaplah untuk besok. Yang paling penting adalah tidak berhenti untuk bertanya.”

- Albert Einstein



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam saya curahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat rahmat-Nya saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Memprediksi Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Konsumen untuk Belanja *Online* saat Penjual *Live Streaming* di Media Sosial.”**

Serta tidak lupa kepada semua pihak yang sudah mendukung sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi, terutama Allah SWT dan keluarga serta para sahabat yang memberikan bantuan baik secara material maupun non-material dan doa agar saya dapat lancar menjalankan dan menyelesaikan skripsi ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat pemenuhan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selain itu pada kesempatan kali ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Suherman, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Rahmi, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas EKonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan dalam studi yang penulis tempuh serta staf Program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi penulis serta pemberkasan.
6. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua, Ayah Saiful Zuhri dan Ibu Evi Novia yang selama penulis menyelesaikan skripsi ini membantu memberikan doa, arahan, motivasi dan dukungan baik secara finansial maupun moril.
7. Para sahabat dan teman yang sudah senantiasa memberikan semangat dan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam menyusun skripsi ini, oleh karena ini dibutuhkannya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan mendatang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jakarta , Februari 2022

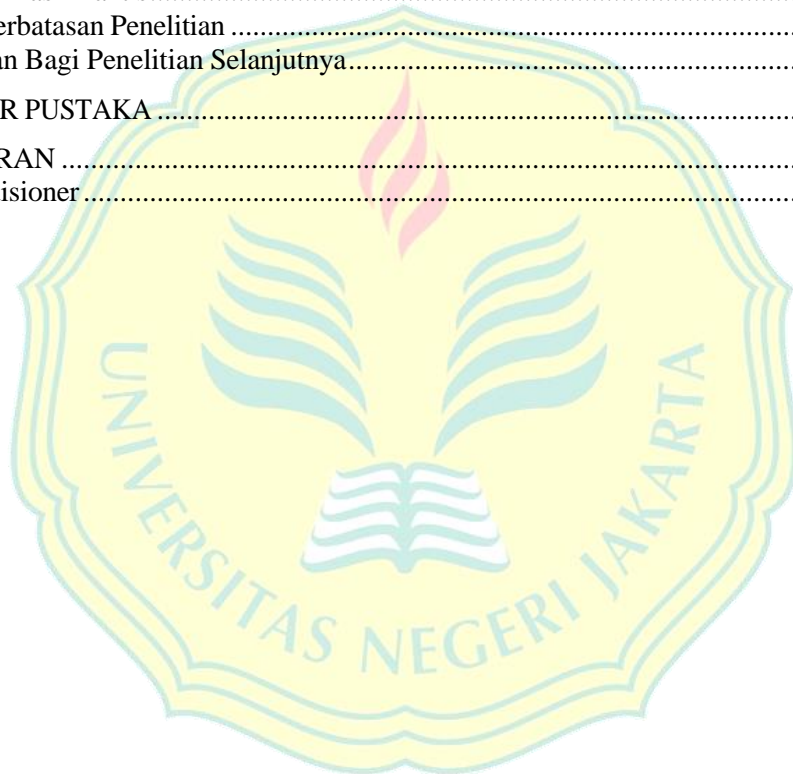


Syafira Ahsanti
No. Reg. 1705618024

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	13
2.1 Latar Belakang Teori.....	13
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	13
2.1.2 <i>Shopping Orientation</i>	15
2.1.3 <i>Online Trust</i>	18
2.1.4 <i>Sales Promotion</i>	19
2.2 Kerangka Teori.....	21
2.2.1 <i>Shopping Orientation dan Purchase Intention</i>	21
2.2.2 <i>Sales Promotion dan Purchase Intention</i>	24
2.2.3 <i>Shopping Orientation dan Online Trust</i>	26
2.2.4 <i>Sales Promotion dan Online Trust</i>	28
2.2.5 <i>Online Trust dan Purchase Intention</i>	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampling	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Variabel Penelitian	50
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	51
3.6 Skala Pengukuran	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2 Uji Validitas	56
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	58
3.7.4 Uji Hipotesis.....	60
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	64
3.9 Model SEM.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65

4.1 Deskripsi Data	65
4.1.1 Deskripsi Profil Responden	65
4.2 Hasil Analisis Data	71
4.2.1 Analisis Deskriptif	71
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	80
a. <i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	80
b. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	80
4.2.3 Uji Hipotesis	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Implikasi Teoritis	98
5.3 Implikasi Praktis	102
5.4 Keterbatasan Penelitian	103
5.5 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	110
1. Kuisisioner	110



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hipotesis Variabel	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel	34
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	38
Tabel 3. 3 Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel	42
Tabel 3. 4 Goodness of Fit Indices	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	48
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan dalam Satu Bulan	49
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	50
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif <i>Shopping Orientation</i>	52
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	54
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif <i>Online Trust</i>	56
Tabel 4.11 EFA dan <i>Cronbach's Alpha Purchase Intention</i>	58
Tabel 4.12 EFA dan <i>Cronbach's Alpha Shopping Orientation</i>	59
Tabel 4.13 EFA dan <i>Cronbach's Shopping Orientation</i>	60
Tabel 4.14 EFA dan <i>Cronbach's Alpha Online Trust</i>	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Fit <i>Purchase Intention</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Fit <i>Shopping Orientation</i>	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Fit <i>Sales Promotion</i>	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Fit <i>Online Trust</i>	66
Tabel 4.20 Hasil Uji Full Model SEM.....	68
Tabel 4.21 Pernyataan Indikator <i>Fit Model</i>	70
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	71

Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statista Pengguna <i>live streaming</i> di Media Sosial.....	3
Gambar 1.2 Statistika Pengguna <i>TikTok Shop</i> saat <i>live streaming</i>	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	26
Gambar 2.1 Model SEM	45
Gambar 4.1 <i>Model First Order Construct Purchase Intention</i>	63
Gambar 4.2 <i>Model First Order Construct Shopping Orientation</i>	64
Gambar 4.3 <i>Model First Order Construct Sales Promotion</i>	65
Gambar 4.4 <i>Model First Order Construct Online Trust</i>	66
Gambar 4.5 Full Model SEM.....	67
Gambar 4.6 Full Model SEM.....	69



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*