

**PENGARUH INTERAKTIVITAS DAN KEAHLIAN
TERHADAP NIAT BELI PADA FITUR SHOPEE LIVE
MELALUI KEPERCAYAAN PADA *STREAMER* SEBAGAI
MEDIASI**



Intelligentia - Dignitas

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Bisnis Digital
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

PUTRI NURSADRINA MURNI

1710622025

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
TAHUN 2026**

***THE EFFECT OF INTERACTIVITY AND EXPERTISE ON
PURCHASE INTENTION FOR THE SHOPEE LIVE FEATURE
MEDIATED BY TRUST IN STREAMERS***



Intelligentia - Dignitas

*Submitted as partial fulfillment of the requirements for the Degree of Bachelor of
Digital Business in the Faculty of Economics and Business Universitas Negeri
Jakarta*

PUTRI NURSADRINA MURNI

1710622025

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
2026***

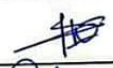
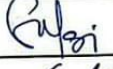
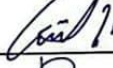
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

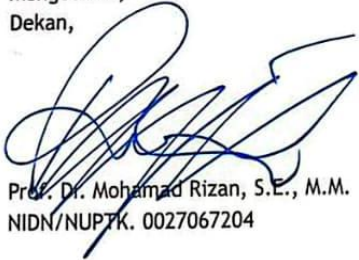
Nama Mahasiswa : Putri Nursadrina Murni
NIM : 1710622025
Program Studi/Fakultas : S1 Bisnis Digital / Fakultas Ekonomi Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh Interaktivitas dan Keahlian Terhadap Niat Beli
Pada Fitur Shopee Live Melalui Kepercayaan
Pada Streamer Sebagai Mediasi

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus** Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 17 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua Sidang	Prof. Dr. Corry Yohana, MM	
	NIP. 195909181985032011	
Penguji 1	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom	
	NIP. 198904142024061001	
Penguji 2	Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si	
	NIP. 199102272024061001	
Pembimbing 1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A	
	NIP. 197701112008122003	
Pembimbing 2	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom	
	NIP. 199409272024062001	

Mengetahui,
Dekan,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi,


Dr. Ryna Parlyna, M.B.A
NIDN/NUPTK. 0011017705

LEMBAR ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Putri Nursadrina Murni
NIM : 1710622025
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh Interaktivitas dan Keahlian terhadap Niat
Beli pada Fitur Shopee Live melalui Kepercayaan
pada *Streamer* sebagai Mediasi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 20 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Putri Nursadrina Murni
NIM. 1710622025

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.uni.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 : Putri Nursadrina Murni
NIM : 1710622025
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Bisnis Digital
Alamat email : putrisadrina10@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (...)

yang berjudul :

Pengaruh Interaktivitas dan Keahlian terhadap Niat Beli pada Fitur Shopee Live melalui Kepercayaan pada *Streamer* sebagai Mediasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 20 Agustus 2026

Penulis

(Putri Nursadrina Murni)

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SKRIPSI	
Dosen Pembimbing I  <u>Dr. Ryna Parlyna, M.B.A</u> NIP. 197701112008122003	Dosen Pembimbing II  <u>Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom</u> NIP. 199409272024062001
Mengetahui, Koord. Program Studi Bisnis Digital  <u>Dr. Ryna Parlyna, M.B.A</u> NIP. 197701112008122003	
Nama : Putri Nursadrina Murni No. Registrasi : 1710622025 Program Studi : S1 Bisnis Digital	

ABSTRAK

Putri Nursadrina Murni, Pengaruh Interaktivitas dan Keahlian Terhadap Niat Membeli pada Fitur Shopee Live Melalui Kepercayaan pada Streamer sebagai Mediasi, Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. 2026

Penelitian ini mengkaji peran interaktivitas dan keahlian *streamer* dalam membentuk niat membeli konsumen pada fitur Shopee Live, dengan menempatkan kepercayaan pada *streamer* sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut. Menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dihimpun melalui penyebaran kuesioner daring berbasis Google Form yang ditujukan kepada pengguna Shopee berdomisili di DKI Jakarta dan memiliki pengalaman menonton sesi *live shopping* di Shopee Live. Pemilihan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, sehingga menghasilkan 210 responden dari 21 indikator pengukuran yang terdistribusi ke dalam empat variabel penelitian. *Skala Likert* dengan rentang 1 hingga 6 digunakan sebagai instrumen untuk mengukur persepsi responden pada setiap indikator. Pengujian model dan hubungan antar variabel dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS), dengan prosedur *bootstrapping* untuk menguji efek mediasi. Hasil pengujian menjelaskan bahwa interaktivitas memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada *streamer* maupun niat beli, sementara keahlian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada *streamer* maupun niat beli. Kepercayaan pada *streamer* tidak hanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli, tetapi juga terbukti mampu memediasi pengaruh interaktivitas dan keahlian terhadap niat membeli secara signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa dalam ekosistem *live shopping* Shopee Live di DKI Jakarta, kepercayaan pada *streamer* merupakan elemen sentral yang menjembatani dan memperkuat hubungan antara interaktivitas serta keahlian dengan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: *interaktivitas, keahlian, kepercayaan pada streamer, niat membeli, Shopee Live, live shopping.*

ABSTRACT

Putri Nursadrina Murni, The Effect of Interactivity and Expertise on Purchase Intention for the Shopee Live Feature Mediated by Trust in Streamers, Thesis. Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026

This study aims to examine the role of interactivity and streamer expertise in shaping consumers' purchase intention on the Shopee Live feature, with trust in streamers positioned as a mediating variable. A quantitative approach was employed, where data were collected through an online questionnaire distributed via Google Form to Shopee users residing in DKI Jakarta who had experience watching live shopping sessions on Shopee Live. Sample selection was conducted using a purposive sampling technique based on predetermined criteria, resulting in 210 respondents with a total of 21 measurement indicators distributed across four research variables. A Likert scale ranging from 1 to 6 was used as an instrument to measure respondents' perceptions on each indicator. Model testing and the examination of relationships between variables were conducted using Partial Least Squares-based Structural Equation Modeling (PLS-SEM), with a bootstrapping procedure applied to assess the mediation effects. The findings reveal that interactivity has a positive and significant impact on both trust in streamers and purchase intention, while expertise is proven to positively and significantly influence trust yet demonstrates a negative direct effect on purchase intention. Trust in streamers not only exerts a positive and significant influence on purchase intention but also proves capable of significantly mediating the effects of both interactivity and expertise on purchase intention. These findings affirm that within the Shopee Live ecosystem in DKI Jakarta, trust in streamers serves as a central element that bridges and reinforces the relationship between interactivity and expertise with consumers' tendency to make purchases.

Keywords: *interactivity, expertise, trust in streamers, purchase intention, Shopee Live, live shopping.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Interaktivitas dan Keahlian terhadap Niat Membeli pada Shopee Live Melalui Kepercayaan pada *Streamer* sebagai Mediasi”. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis, Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini dan pembinaan akademik yang diberikan selama masa studi.
3. Fildzah Shabrina S.Pd, M.Kom selaku Dosen Pembimbing II atas masukan, bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.

4. Seluruh responden penelitian, khususnya pengguna Shopee di DKI Jakarta yang bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik.
5. Seluruh member grup chat “Keluarga Besar Xderes”, “ Org2 Emosian” serta semua rekan-rekan mahasiswa Bisnis Digital C 2022 yang senantiasa memberikan motivasi, bantuan, serta kebersamaan selama menjalani proses perkuliahan hingga dan penulisan skripsi ini.
6. Bunda tercinta yang selalu melangitkan doa-doa terbaik untuk kelancaran kehidupan buah hatinya serta kehadiran dan pelukan hangat yang menjadi sumber kekuatan penulis untuk tidak mudah menyerah dalam menyelesaikan pendidikan ini. Untuk Ayah dan adik di Surga, semoga kalian bisa melihat atas segala usahaku di sini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna dapat menyempurnakan skripsi ini agar menjadi lebih baik. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi rujukan bagi pembaca serta peneliti selanjutnya.

Jakarta, 7 Juli 2026

Penulis,

Putri Nursadrina Murni

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang Penelitian	18
1.2 Pertanyaan Penelitian	29
1.3 Tujuan Penelitian	29
1.4 Manfaat Penelitian	30
1.4.1 Manfaat Teoritis	30
1.4.2 Manfaat Praktis	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA	31
2.1 Teori Pendukung	31
2.1.1 <i>Theory of Stimulus-Organism-Respons (S-O-R)</i>	31

2.1.2 Niat Beli	33
2.1.3 Interaktivitas.....	36
2.1.4 Keahlian	39
2.1.5 Kepercayaan pada <i>Streamer</i>	41
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	44
2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
2.2.2 Pengembangan Hipotesis	47
2.2.2.1 Interaktivitas terhadap Niat Beli	47
2.2.2.2 Keahlian terhadap Niat Beli	48
2.2.2.3 Interaktivitas terhadap Kepercayaan pada <i>streamer</i>	48
2.2.2.4 Keahlian terhadap Kepercayaan pada <i>streamer</i>	49
2.2.2.5 Kepercayaan pada <i>streamer</i> terhadap Niat Beli	50
2.2.2.6 Interaktivitas pada niat beli melalui Kepercayaan pada <i>streamer</i> ..	50
2.2.2.7 Keahlian pada Niat beli melalui Kepercayaan pada <i>streamer</i>	51
2.2.3 Kerangka Teori.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
3.1.1 Waktu.....	53
3.1.2 Tempat.....	54
3.2 Desain Penelitian.....	54

3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel	55
3.4 Pengembangan Instrumen	57
3.4.1 Definisi Konseptual	58
3.4.2 Definisi Operasional	59
3.4.3 Operasionalisasi Variabel	60
3.4.4 Skala Pengukuran	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6 Teknik Analisis Data	66
3.6.1 Analisis Deskriptif	66
3.6.2 Analisis <i>Outer Model</i>	67
3.6.2.1 <i>Convergent Validity</i>	67
3.6.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	68
3.6.2.3 <i>Realibility</i>	69
3.6.2.3.1 <i>Composite Realibility</i>	70
3.6.2.3.2 <i>Cronbach's Alpha</i>	70
3.6.3 Analisis <i>Inner Model</i>	71
3.6.3.1 <i>Collinearity Diagnostics</i>	71
3.6.3.2 <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	71

3.6.3.3 <i>Coefficient of Determination</i> (R^2)	72
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Deskripsi Data.....	74
4.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	74
4.1.2 Deskripsi Profil Data.....	79
4.1.2.1 Distribusi Frekuensi Interaktivitas	80
4.1.2.2 Distribusi Frekuensi Keahlian.....	83
4.1.2.3 Distribusi Frekuensi Kepercayaan pada <i>streamer</i>	85
4.1.2.4 Distribusi Frekuensi Niat Beli.....	88
4.2 Hasil	90
4.2.1 Hasil <i>Outer Model</i>	91
4.2.1.1 <i>Convergent Validity</i>	91
4.2.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	93
4.2.1.3 <i>Reliability</i>	94
4.2.2 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	96
4.2.2.1 <i>Collinearity Diagnostics</i>	97
4.2.2.2 <i>Predictive Relevance</i>	99
4.2.2.3 <i>Coefficient of Determination</i>	100
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis	101

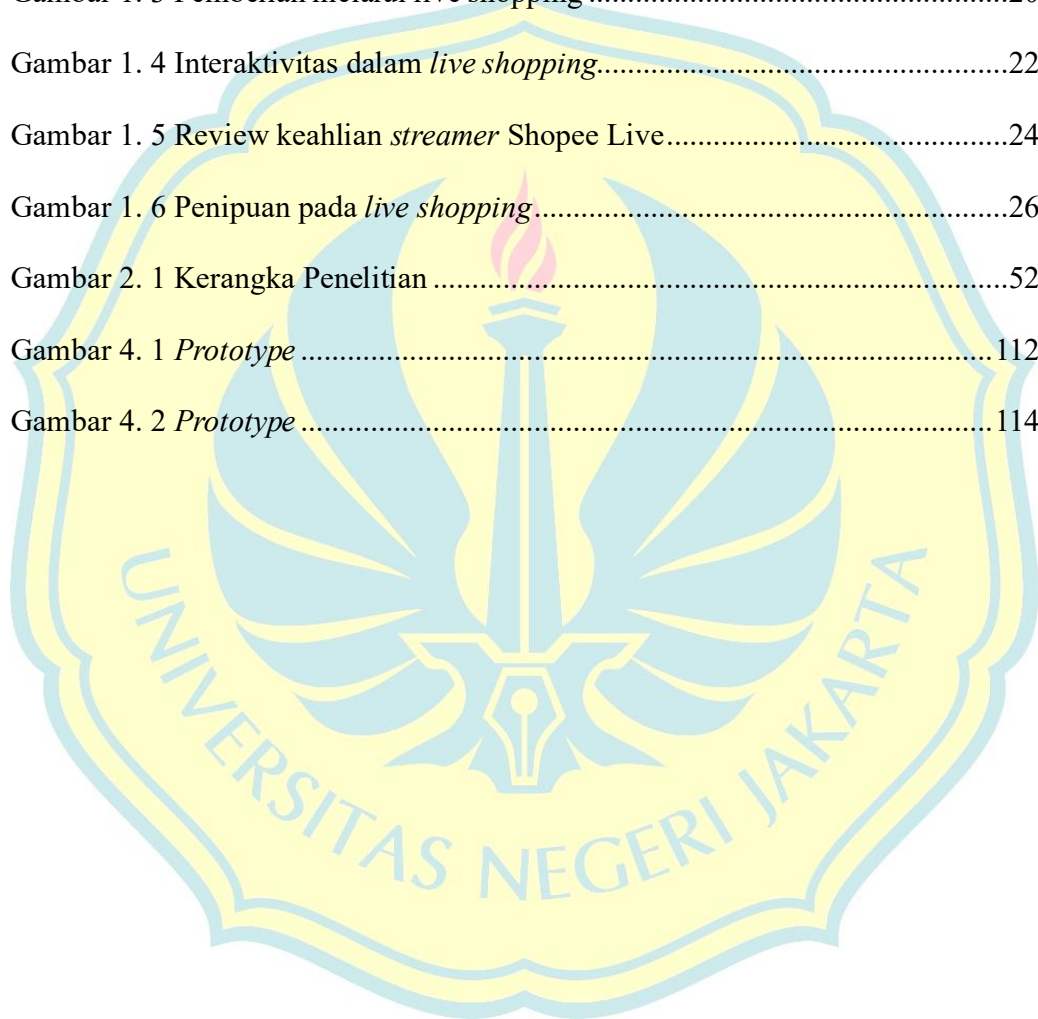
4.2.3.1 Pengaruh langsung	102
4.2.3.2 Pengaruh tidak langsung	104
4.3 Pembahasan.....	105
4.3.1 Pengaruh Interaktivitas terhadap Niat Beli	105
4.3.2 Pengaruh Keahlian terhadap Niat Beli	106
4.3.3 Pengaruh Interaktivitas terhadap Kepercayaan pada <i>Streamer</i>	107
4.3.4 Pengaruh Keahlian terhadap Kepercayaan pada <i>Streamer</i>	108
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan pada <i>streamer</i> terhadap Niat Beli	108
4.3.6 Pengaruh Interaktivitas terhadap Niat Beli melalui Kepercayaan pada <i>Streamer</i>	109
4.3.7 Pengaruh Keahlian terhadap Niat Beli melalui Kepercayaan pada <i>Streamer</i>	110
4.4 Prototype	112
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Implikasi.....	118
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	118
5.2.2 Implikasi Praktis.....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.4 Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Adopsi dan penggunaan perangkat di Indonesia.....	18
Gambar 1. 2 <i>Platform Belanja Online</i> yang Sering Dikunjungi 2025	19
Gambar 1. 3 Pembelian melalui live shopping	20
Gambar 1. 4 Interaktivitas dalam <i>live shopping</i>	22
Gambar 1. 5 Review keahlian <i>streamer</i> Shopee Live.....	24
Gambar 1. 6 Penipuan pada <i>live shopping</i>	26
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	52
Gambar 4. 1 <i>Prototype</i>	112
Gambar 4. 2 <i>Prototype</i>	114



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Timeline Waktu Penelitian.....	53
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	61
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	75
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi interaktivitas.....	80
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi keahlian.....	83
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi kepercayaan pada <i>streamer</i>	85
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi niat beli	88
Tabel 4. 6 <i>Confergent Validity</i>	92
Tabel 4. 7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	94
Tabel 4.8 <i>Reliability</i>	95
Tabel 4.9 <i>Collinearity Diagnostics</i>	97
Tabel 4.10 <i>Predictive Relevance</i>	99
Tabel 4.11 <i>Coefficient of Determination</i>	100
Tabel 4.12 Model Struktural (Pengaruh langsung)	102
Tabel 4.13 Model Struktural (Pengaruh tidak langsung)	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	131
Lampiran 2 Persetujuan Dosen Pembimbing.....	132
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi.....	133
Lampiran 4 Lembar Saran dan Perbaikan Seminar Proposal.....	135
Lampiran 5 Lembar Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi.....	136
Lampiran 6 Lembar Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi.....	137
Lampiran 7 <i>Rebranding prototype</i>	138
Lampiran 8 Kuesioner Penelitian.....	139
Lampiran 9 Tabulasi Hasil Kuesioner.....	142
Lampiran 10 Riwayat Hidup Penulis	153