

**PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE
(SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)**

SKRIPSI

Oleh :

**TODO BANDARDO SINAGA
2071650061**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE*
(SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

**TODO BANDARDO SINAGA
2071650061**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2024**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Todo Bandardo Sinaga
NIM : 2071650061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE (SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 9 Juli 2024



Todo Bandardo Sinaga



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
E-COMMERCE SHOPEE (SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)**

Oleh:

Nama : Todo Bandardo Sinaga

No. Induk Mahasiswa : 2071650061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 9 Juli 2024

Pembimbing,

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.)

NIDN. 0301067403

Ketua Program Studi,

Dekan,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 28 Juni 2024 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Todo Bandardo Sinaga
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* (SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.	Sebagai Ketua	
2 Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Sebagai Anggota	
3 Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 9 Juli 2024



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Todo Bandardo Sinaga
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* (SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI SHOPEE *LIVE*)

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam “Berita Acara Hasil Ujian Skripsi” pada tanggal 28 Juni 2024

Jakarta, 9 Juli 2024

Menyetujui:
Ketua Sidang/ Penguji I

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)

Penguji II

Penguji III

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Todo Bandardo Sinaga
Nomor Induk Mahasiswa : 2071650061
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* (SURVEI PADA KONSUMEN ERIGO DI *SHOPEE LIVE*)

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2024

Yang menyatakan,



Todo Bandardo Sinaga

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Live Shopping* terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee (Survei pada Konsumen Erigo di Shopee *Live*)". Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Kristen Indonesia. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

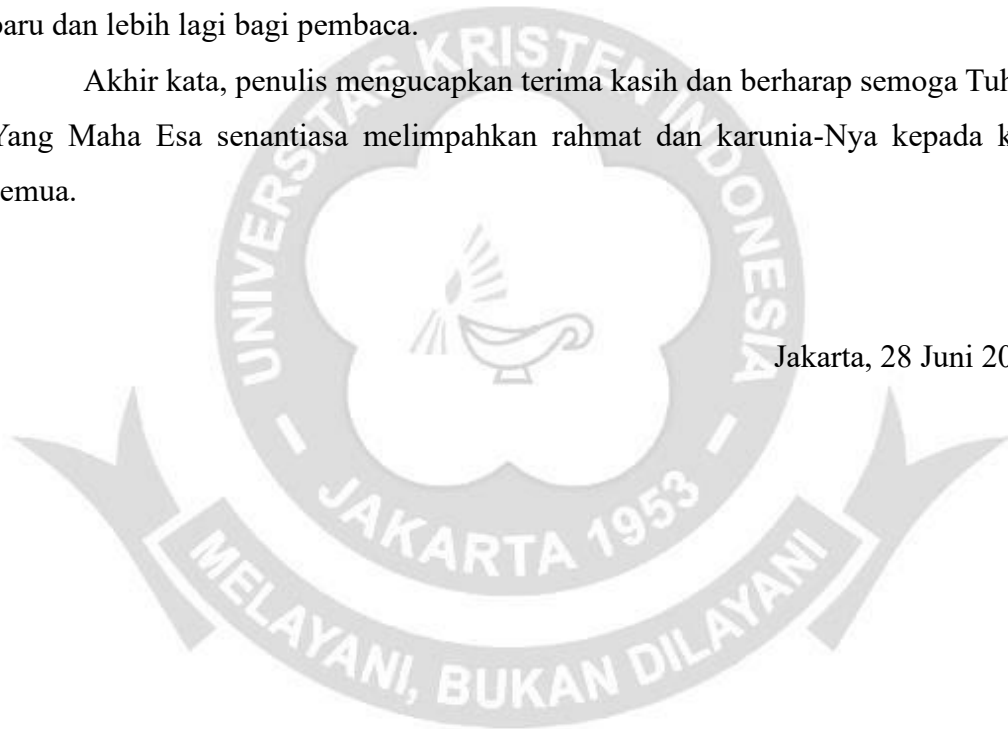
1. Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses penulisan skripsi.
2. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga bagi penulis.
3. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga bagi penulis.
4. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi dan selalu menyemangati setiap mahasiswa.
5. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan yang selalu sabar dan perhatian.
6. Liberd Aryandi, S.Ds, selaku Staf Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah membantu dengan memberikan informasi skripsi.
7. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan semangat dan doa selama proses penyusunan skripsi.
8. Pacar tercinta CCHA yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa setiap waktu.
9. Pomparan Op Sutoyo, Tasya, Adrian, Bernan, Yoseph, Devi, Aldo yang selalu sedia untuk berbagi informasi terkait skripsi dan saling mendukung.

10. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 20 yang selalu bersama mulai dari semester 1 sampai masa-masa skripsi ini.
11. Ardhito Pramono dengan semua lagunya yang membantu menaikkan mood saya saat mengerjakan skripsi.
12. Para responden yang mau membantu mengisi kuesioner penelitian saya.

Pada penyusunan skripsi, penulis menyadari banyak banyak kekurangan karena penulis keterbatasan dalam segi pengalaman dan pengetahuan, karena itu penulis membutuhkan saran dan kritik yang mampu menyempurnakan dimasa mendatang. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 28 Juni 2024



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3 Manfaat Sosial	8
1.5 Kerangka Teoritis	8
1.5.1 <i>Live Shopping</i>	8
1.5.2 Keputusan Pembelian	11
1.5.3 <i>E-Commerce</i>	15
1.5.4 <i>Shopee Live</i>	16
1.5.5 Kerangka Berpikir.....	20
1.6 Hipotesis	20
1.7 Metodologi Penelitian	21
1.7.1 Pendekatan Penelitian	21
1.7.2 Tipe Penelitian	21
1.7.3 Metode Penelitian	22
1.7.4 Populasi dan Sampel.....	22
1.7.5 Metode Pengumpulan Data.....	24
1.7.6 Definisi dan Operasional Konsep	25
1.7.7 Skala Pengukuran	32

1.7.8 Teknik Analisis dan Interpretasi.....	33
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
2.1 Erigo	39
2.2 Shopee	41
2.3 Shopee <i>Live</i> Erigo	42
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.1.1 Uji Validitas	47
3.1.2 Uji Realibilitas	48
3.2 Hasil Pengolahan Data	49
3.3 Hasil Analisis Data	51
3.3.1 Uji Normalitas.....	51
3.3.2 Uji Heteroskedastisitas	52
3.3.3 Uji Linieritas	52
3.3.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	53
3.3.5 Uji Koefisien Determinasi	54
3.3.6 Uji Parsial (Uji T)	54
3.4 Interpretasi Data	55
BAB IV PENUTUP	61
4.1 Kesimpulan.....	61
4.2 Saran	62
4.2.1 Saran Akademik.....	62
4.2.2 Saran Praktis	62
4.2.3 Saran Sosial.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	11
Tabel 1. 2 Pengaruh <i>Live Shopping</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo	20
Tabel 1. 3 Operasional Konsep	26
Tabel 1. 4 Operasional Konsep	29
Tabel 1. 5 Kriteria Penilaian Skala Likert	33
Tabel 1. 6 Nilai Koefisien Determinasi	37
Tabel 3. 1 Uji Validitas Kuesioner <i>Live Shopping</i> (X1)	47
Tabel 3. 2 Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y1)	48
Tabel 3. 3 Uji Realibilitas	49
Tabel 3. 4 Analisis Statistik Deskriptif Masing-Masing Variabel	49
Tabel 3. 5 Uji Normalitas	51
Tabel 3. 6 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 3. 7 Uji Linieritas	53
Tabel 3. 8 Uji Regresi Linier Sederhana	53
Tabel 3. 9 Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 3. 10 Uji Parsial (Uji T)	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Rekor Penjualan Erigo Rp 5 Miliar dalam Waktu 10 Menit	4
Gambar 2. 1 Produk Erigo	39
Gambar 2. 2 Erigo x Tokopedia <i>Road to NYFW 2023</i>	40
Gambar 2. 3 Logo Erigo.....	40
Gambar 2. 4 Erigo <i>Tour</i>	41
Gambar 2. 5 Marketplace Erigo	41
Gambar 2. 6 Logo Shopee.....	42
Gambar 2. 7 Fitur Pengaturan Pengingat Shopee <i>Live Erigo</i>	43
Gambar 2. 8 Fitur Tanya Produk Shopee <i>Live Erigo</i>	43
Gambar 2. 9 Fitur Sematkan Produk Shopee <i>Live Erigo</i>	43
Gambar 2. 10 Fitur Promo Shopee <i>Live Erigo</i>	44
Gambar 2. 11 Fitur Klaim Koin Shopee <i>Live Erigo</i>	45
Gambar 2. 12 Fitur Kolom Komentar Shopee <i>Live Erigo</i>	45
Gambar 2. 13 Fitur Keranjang Oren Shopee <i>Live Erigo</i>	46
Gambar 2. 14 Postingan Instagram Raffi Ahmad Saat Penjualan 5M	46
Gambar 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50

DAFTAR SINGKATAN

E-Commerce	Electronic Commerce
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
ANOVA	Analysis of Variance
DF	Degrees of Freedom
R ²	Koefisien Determinasi
CEO	Chief Executive Officer
B2B	Business to Business
B2C	Business to Costumer
C2C	Consumer to Consumer
C2B	Consumer to Business
B2A	Business to Administration
C2A	Consumer to Administration



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Tabulasi Data	76
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Statistik	82
Lampiran 4 Dokumentasi Selama Penelitian	86



ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang dengan adanya pencapaian Erigo saat Shopee *live* yang berhasil menjual produknya senilai Rp 5 Miliar dalam kurun waktu kurang dari 10 menit. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *live shopping* terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Shopee *live*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif metode survei dengan media Google Formulir. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden dengan kriteria seseorang yang pernah menonton Shopee *live* Erigo dan melakukan pembelian produk Erigo setidaknya satu kali. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan koefisien determinasi untuk melihat pengaruh antara variabel *live shopping* terhadap keputusan pembelian. Data tersebut diuji menggunakan *software* SPSS Statistic 23. Karakteristik responden menunjukkan bahwa distribusi jenis kelamin terdiri secara merata antara laki-laki 50% dan perempuan 50%. Analisis berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 18 - 30 tahun sebanyak 79%, diikuti oleh kelompok usia 30 - 45 tahun sebanyak 15%, sementara usia di bawah 18 tahun dan di atas 45 tahun masing-masing hanya sebesar 4% dan 2%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *live shopping* terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Besarnya pengaruh tersebut sebesar 49,6% dan sisanya 50,4% yang merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Penelitian ini menegaskan bahwa *live shopping* memiliki potensi besar dalam meningkatkan penjualan produk Erigo di Shopee *live*. Dengan memanfaatkan berbagai fitur *live shopping*, Erigo dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan objektif bagi konsumen, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan dalam proses pembelian *online* mereka.

Kata Kunci: *Live Shopping*, Keputusan Pembelian, Shopee *live*, Erigo

ABSTRACT

This research is based on Erigo's achievement during Shopee Live, which succeeded in selling products worth IDR 5 billion in less than 10 minutes. This research aims to determine the influence of live shopping on purchasing decisions for Erigo products on Shopee Live. The research approach used is a quantitative survey method using Google Forms as media. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents with the criteria of someone who had watched Shopee live Erigo and purchased Erigo products at least once. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and the coefficient of determination to see the influence of live shopping variables on purchasing decisions. The data was tested using SPSS Statistics 23 software. The characteristics of the respondents showed that the gender distribution consisted evenly of 50% men and 50% women. Analysis based on age shows that most respondents are in the 18 - 30 year age range at 79%, followed by the 30 - 45 year age group at 15%, while those under 18 years and over 45 years are only 4%, respectively, and 2%. The research results show that live shopping positively influences purchasing Erigo products. The magnitude of this influence is 49.6%, and the remaining 50.4% influences other variables not studied. This research confirms that live shopping has excellent potential to increase sales of Erigo products on Shopee Live. Using various live shopping features, Erigo can create a more interactive and objective shopping experience for consumers, thereby improving engagement and trust in their online purchasing process.

Keywords: Live Shopping, Purchase Decision, Shopee Live, Erigo