

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

SYAFIRA AHSANTI

1705618024



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**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



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**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**

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*.

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

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

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

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 S1Manajemen, 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

