

**ANALISIS EFEKTIVITAS *LIVE STREAMING SHOPPING*
ATTRIBUTES PADA SHOPEE LIVE DI DKI JAKARTA**

(Studi Kasus Pada Produk *Fashion*)

YOHANA ANASTASYA

1702520040



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF LIVE STREAMING
SHOPPING ATTRIBUTES ON SHOPEE LIVE IN JAKARTA***

(Case Study on Fashion Products)

YOHANA ANASTASYA

1702520040



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor's

Degree in Applied Management at the Faculty of Economics, Universitas

Negeri Jakarta.

DIGITAL MARKETING APPLIED UNDERGRADUATE STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, MM
NIP/NIDK : 196206231990032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Yohana Anastasya
No. Registrasi : 1702520040
Program Studi : Pemasaran Digital
Judul Proposal Penelitian : Analisis Efektivitas *Live Streaming Shopping Attributes*
Pada Shopee Live di DKI Jakarta (Studi Pada Produk *Fashion*)

untuk mengikuti Seminar Proposal Penelitian.

Jakarta, 29 April 2024

Dosen Pembimbing I

Dra. Sholikhah, MM
196206231990032001

Dosen Pembimbing II

Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
199308272020122024

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D
197412212008121001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, MM
NIP/NIDK : 196206231990032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Yohana Anastasya
No. Registrasi : 1702520040
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Analisis Efektivitas *Live Streaming Shopping Attributes*
Pada Shopee Live di DKI Jakarta (Studi Pada Produk *Fashion*)

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

Dra. Sholikhah, MM
196206231990032001

Jakarta,

Dosen Pembimbing II

Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
199308272020122024

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D
197412212008121001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yohana Anastasya
NIM : 1702520040
Tahun Terdaftar : 2020
Program Studi : Sarjana Terapan Pemasaran Digital
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada skripsi/karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada suatu perguruan tinggi, dan tidak ada karya atau pendapat lain yang ditulis atau diterbitkan oleh orang/organisasi lain, kecuali dokumen-dokumen yang dikutip secara tertulis dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Oleh karena itu, dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengandung unsur plagiarisme dan apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja produk atau pendapat yang dikirimkan merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademis dan/atau hukum yang berlaku.

Jakarta, 08 Agustus 2024



Yohana Anastasya

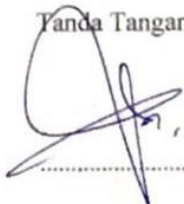

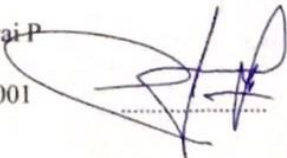

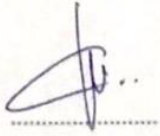
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Ketua Penguji)		15 Juli 2024
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP 197206171999031001 (Penguji 1)		15 Juli 2024
3	Agung Kresnamurti Rivai P ST., MM NIP 197404162006041001 (Penguji 2)		15 Juli 2024
4	Dra. Sholikhah, MM NIP 196206231990032001 (Pembimbing 1)		15 Juli 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2)		15 Juli 2024

Nama : Yohana Anastasya
No. Registrasi : 1702520040
Program Studi : Sarjana Terapan Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 5 Juli 2024

ABSTRAK

Pelaku bisnis harus memahami atribut apa saja yang perlu mereka fokuskan untuk meningkatkan pembeli dan penjualan pada *live streaming shopping* agar berjalan dengan sukses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas *Live Streaming Shopping Attributes* pada Shopee Live di DKI Jakarta dengan studi kasus pada produk *fashion*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei melalui pengisian kuesioner Google Form. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tabulasi sederhana, analisis deskriptif, dan skor rata-rata. Berdasarkan hasil analisis data, *Live Streaming Shopping Attributes* dikategorikan “Sangat Baik” dan “Sangat Efektif”, didukung oleh *Product Attributes* dan *Seller Presentation, Seller Interactivity, and Seller Guidance Attributes*. Setelah melakukan penelitian mengenai efektivitas *Live Streaming Shopping Attributes* (LSSA) pada Shopee Live di Jakarta, disimpulkan bahwa efektivitas LSSA efektif dalam membuat penonton *live streaming shopping* di Shopee Live menonton untuk melakukan transaksi pembelian pada produk *fashion*.

Kata Kunci : Efektivitas; *Live Streaming Shopping Attributes*; Produk *Fashion*

ABSTRACT

Business actors must understand what attributes they need to focus on to increase live streaming shopping views and sales to run successfully. This study aims to determine the level of effectiveness of Live Streaming Shopping Attributes on Shopee Live in DKI Jakarta with a case study on fashion products. This research is a type of quantitative research with a survey method through filling out a Google Form questionnaire. The sample in this study used a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data analysis techniques used in this study are simple tabulation analysis, descriptive analysis, and average score. Based on the results of data analysis, the Live Streaming Shopping Attributes are categorized as "Very Good" and "Very Effective", supported by Price and Promotion Attributes and Seller Presentation, Seller Interactivity, and Seller Guidance Attributes. After conducting research on the effectiveness of Live Streaming Shopping Attributes (LSSA) on Shopee Live in Jakarta, it is concluded that the effectiveness of LSSA is effective in making viewers live streaming shopping on Shopee Live watch to make purchase transactions on fashion products.

Keyword: *Effectiveness; Live Streaming Shopping Attributes; Fashion Product*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur yang terdalam penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, atas kasih, penyertaan, dan anugerah-Nya yang tiada terhingga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi ini dipersembahkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu (Marion Rosanna Sitinjak), yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan yang tiada henti dalam setiap langkah hidup peneliti.
2. Kakak Sepupu (Melissa Ariena), yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses perkuliahan ini.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta beserta Wakil Dekan I, II, III.
4. Ibu Dra. Sholikhah, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si.,Ph.D, selaku Ketua Penguji yang telah menguji, memberikan arahan, serta saran yang baik dalam perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., selaku Penguji I yang telah menguji, memberikan arahan, serta saran yang baik dalam perbaikan skripsi ini.

8. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P ST.,MM, selaku Penguji II yang telah menguji, memberikan arahan, serta saran yang baik dalam perbaikan skripsi ini.
9. Segenap Civitas Academica Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi yang telah memberikan saya kesempatan untuk dapat menempuh pendidikan dan memperoleh ilmu pada program studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital.
10. Dosen – dosen program studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu terkait bidang Pemasaran Digital yang sangat bermanfaat.
11. Teman – teman satu angkatan program studi Pemasaran Digital, atas pertemanan, dukungan, serta bantuan selama penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir, untuk semua pihak yang membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu, saya mengucapkan terima kasih.