

ABSTRAK

PENGARUH KETERJANGKAUAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Indonesia)

Oleh

Qorina Qurrota 'Aina Haura

Pesatnya kemajuan teknologi internet merupakan sebuah inovasi dalam dunia bisnis. Kemajuan paling signifikan dalam belanja online adalah perkembangan *e-commerce*. *Live streaming shopping* telah menjadi fenomena populer di bidang *e-commerce* yang berkembang pesat dan pelaku bisnis menggunakan *live streaming* sebagai strategi pemasaran. *Live streaming* telah menjadi media yang berguna dan dapat diakses oleh konsumen karena meningkatnya penggunaan perangkat seluler dan internet berkecepatan tinggi. Penelitian ini menganalisis bagaimana keterjangkauan teknologi informasi memengaruhi pembelian impulsif dalam *live streaming shopping* pada pengguna aplikasi Shopee di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 320 responden yang merupakan pengguna Shoppe di Indonesia dengan kriteria pernah melihat *live streaming shopping* dan melakukan pembelian tidak terencana. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis data dengan tujuan untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian ini menggunakan software SEM-LISREL v8.8 untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterjangkauan *metavoicing* dan panduan belanja dapat memengaruhi konsumen untuk merasa terlibat dan hadir dalam *live streaming shopping* sehingga memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini juga menemukan bahwa keterjangkauan visibilitas tidak berpengaruh terhadap imersif dalam *live streaming shopping* namun berpengaruh terhadap kehadiran dalam *live streaming shopping*. Penelitian ini juga menemukan bahwa keterjangkauan visibilitas memiliki hubungan negatif terhadap kehadiran dan terdapat hubungan negatif antara imersif terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: Keterjangkauan TI, *live streaming shopping*, pembelian impulsif, *e-commerce*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY INFORMATION AFFORDANCE IN LIVE STREAMING SHOPPING TOWARDS IMPULSIVE BUYING

(Study on Shopee's Users in Indonesia)

By

Qorina Qurrota 'Aina Haura

The rapid advancement of internet technology is an innovation in the business world. The most significant advancement in online shopping is the development of e-commerce. Live streaming shopping has become a popular phenomenon in the rapidly growing field of e-commerce and businesses are using live streaming as a marketing strategy. Live streaming has become a useful and accessible medium for consumers due to the increasing use of mobile devices and high-speed internet. This study analyzes how the affordability of information technology affects impulse buying during live streaming shopping on Shopee application's users in Indonesia.

This research uses a survey method with a questionnaire to collect data from 320 respondents who are Shoppe users in Indonesia with the criteria of having seen live streaming shopping and making impulsive buying. This research is quantitative research to measure and analyze data with the aim of testing the causal relationship between variables. This study uses SEM-LISREL v8.8 software to analyze the data. The results showed that metavoicing affordance and guidance shopping affordance can influence consumers to feel involved and present in live streaming shopping, thus influencing consumer behavior in making impulse purchases. This study also found that visibility affordance has no effect on immersion in live streaming shopping but has an effect on presence in live streaming shopping. This study also found that visibility affordance has a negative relationship with presence and there is a negative relationship between immersion and impulse buying.

Keywords: IT Affordance, live streaming shopping, impulsive buying, e-commerce