

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian berkelanjutan pada Shopee Live Streaming = Analysis of factors affecting continuance purchase intention on Shopee Live Streaming

Nur Wasi Na'wa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553049&lokasi=lokal>

Abstrak

E-commerce memungkinkan transaksi jual beli online tanpa pertemuan langsung. Meskipun memiliki kelebihan, berbelanja online di e-commerce konvensional masih terbatas dalam deskripsi produk. Untuk mengatasi ini, Shopee menghadirkan inovasi live streaming shopping melalui fitur Shopee Live pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat pembelian berkelanjutan pada Shopee live streaming. Penelitian ini menggunakan Expectation Confirmation Model dan menggabungkannya dengan konstruk Live Streaming Experience. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan tahapan Consumer Decision Process. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner online dan memperoleh 401 responden valid. Hasil data kuantitatif diolah dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk live streaming experience memengaruhi perceived usefulness in live streaming, lalu sebagian konstruk live streaming experience memengaruhi perceived usefulness in platform, untuk kemudian hal ini akan memengaruhi satisfaction dan continuance purchase intention pengguna. Penelitian ini juga memberikan implikasi secara teoretis untuk penelitian selanjutnya serta implikasi praktis untuk pengembang aplikasi Shopee dan host Shopee live streaming.

.....E-commerce enables online buying and selling transactions without direct face-to-face meetings. Despite having its advantages, online shopping on conventional e-commerce platforms is still limited in product descriptions. To address this, Shopee introduced the innovation of live streaming shopping through the Shopee Live feature in 2019. This study aims to analyze factors affecting continuance purchase intentions on Shopee live streaming. This study combines Expectation Confirmation Model, Live Streaming Experience construct, and the stages of Consumer Decision Process. This study uses a quantitative analysis method by distributing online questionnaires and obtaining 401 valid respondents. The data were processed and analyzed using the PLS-SEM method using SmartPLS 3 software. Based on the result of the analysis, show that live streaming experience construct influences perceived usefulness in live streaming, and some of live streaming experience constructs influence perceived usefulness in the platform. Furthermore, perceived usefulness in live streaming and perceived usefulness in the platform will influence satisfaction and continuance purchase intention of consumer. This study also provides theoretical implications for further research, and practical implications for Shopee application developers and Shopee live streaming hosts.