

ABSTRAK

Nama : Nadia Shalaty
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Fitur *Live Streaming* Terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi *Trust* pada *E-commerce* Shopee

Sektor *e-commerce* Indonesia diprediksi akan terus meningkat sampai tahun 2027, namun sebagian masyarakat Indonesia belum aktif menggunakan *e-commerce* dan mulai mengurangi belanja di *e-commerce* Shopee kemudian beralih ke *social commerce* seperti TikTok dan Instagram. Penelitian ini berfokus pada pengguna *e-commerce* Shopee yang pernah menyaksikan *live streaming* Shopee. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji fitur *live streaming* dan pengaruhnya terhadap *purchase intention* pada *e-commerce* Shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini juga menguji *trust* sebagai mediator untuk meningkatkan *purchase intention* pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan berjumlah 140 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Sumber data berasal dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM dengan *software SmartPLS*. Konstruk penelitian berupa konstruk multidimensional *second order* dengan *The Embedded Two-Stage Approach*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* dan *purchase intention*. Kemudian *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, serta terdapat pengaruh mediasi yang kuat antara hubungan fitur *live streaming* terhadap *purchase intention* melalui *trust*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *trust* yang dibangun dalam *live streaming* merupakan faktor kunci dalam mendorong *purchase intention*. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola *e-commerce* dan penjual dalam memanfaatkan fitur *live streaming* untuk meningkatkan *trust* dan mendorong pembelian.

Kata Kunci: Fitur *Live Streaming*, *Purchase Intention*, *Trust*, *E-commerce*, Shopee

ABSTRACT

Name : Nadia Shalaty
Study Program : Management
Title : *The Influence of Live Streaming Features on Purchase Intention Trust-Mediated on Shopee E-commerce*

Indonesia's e-commerce sector is predicted to continue to increase until 2027, but some Indonesians are not yet actively using e-commerce and are starting to reduce spending on e-commerce Shopee and then switch to social commerce such as TikTok and Instagram. This research focuses on Shopee e-commerce users who have watched Shopee live streaming. The aim of this research is to test the live streaming feature and its influence on purchase intention on Shopee e-commerce at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. This research also tests trust as a mediator to increase purchase intention on Shopee e-commerce. This research is a quantitative research using a purposive sampling technique with a sample of 140 students from the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The data source comes from primary data obtained through distributing questionnaires. The data analysis technique used is PLS-SEM with SmartPLS software. The research construct is a second order multidimensional construct with The Embedded Two-Stage Approach. The research results show that the live streaming feature has a positive and significant effect on trust and purchase intention. Then trust has a positive and significant effect on purchase intention, and there is a strong mediating influence between the relationship between the live streaming feature and purchase intention through trust. This research concludes that the trust built in live streaming is a key factor in driving purchase intention. These findings provide practical implications for e-commerce managers and sellers in utilizing live streaming features to increase trust and encourage purchases.

Keywords: Live Streaming Feature, Purchase Intention, Trust, E-commerce, Shopee