

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah sangat pesat dan berada di berbagai sektor kehidupan salah satunya pada perkembangan teknologi internet. Dengan adanya internet semua kegiatan manusia dapat menjadi lebih mudah dan efisien. Fitur *live streaming* merupakan salah satu fitur yang banyak digunakan oleh pengguna shopee pada saat ini khususnya pada pengguna yang memiliki suatu usaha, dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sampai dengan perusahaan besar atau menengah keatas. Belanja melalui *live streaming* dapat meningkatkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, yang meyakinkan kepada pembeli dengan kualitas produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live Streaming* Shopee terhadap minat belanja offline mahasiswa ilmu komunikasi dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada metode kuantitatif. Penentuan yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan analisis data menggunakan *Software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* Shopee memiliki pengaruh signifikan terhadap penurunan minat belanja offline, dengan nilai thitung 8,859 dan signifikansi 0,001 (<0,05). Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 62% mengindikasikan bahwa *live streaming* Shopee berpengaruh besar terhadap pengurangan minat belanja offline, di mana fitur ini meningkatkan persepsi kemudahan dan manfaat bagi konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi *live streaming* pada platform e-commerce mampu mengubah perilaku belanja mahasiswa.

Kata Kunci : *E-commerce, Live Streaming, Shopee, Minat Belanja Offline, Mahasiswa*

ABSTRACT

Technological developments are currently very rapid and are in various sectors of life, one of which is the development of internet technology. With the internet, all human activities can become easier and more efficient. The live streaming feature is one of the features that is widely used by Shopee users at the moment, especially users who own a business, from micro, small and medium enterprises (UMKM) to large or medium-sized companies. Shopping via live streaming can increase direct interaction between sellers and buyers, which convinces buyers of the quality of the product. This research aims to determine the effect of Shopee live streaming on communication science students' offline shopping interest using the Technology Acceptance Model (TAM) theory in quantitative methods. The determination was selected using purposive sampling technique and data analysis using SPSS Software. The results of this study indicate that Shopee live streaming has a significant effect on decreasing offline shopping interest, with a t-value of 8.859 and a significance of 0.001 (<0.05). The results of the Determination Coefficient (R^2) test of 62% indicate that Shopee live streaming has a significant effect on reducing offline shopping interest, where this feature increases the perception of convenience and benefits for consumers. This finding shows that live streaming technology on e-commerce platforms is able to change students' shopping behavior.

Keywords: E-commerce, Live Streaming, Shopee, Offline Shopping Interest, Student