

ABSTRACT

“Analisis Pengaruh *Live Streaming* terhadap Niat Beli Konsumer di *Social Commerce* TikTok di Indonesia”

Tota Jordan Sitanggang

21/491317/PEK/28462

Rasa ketidakpastian adalah salah satu penghambat niat beli yang dirasakan oleh Gen Z dan Millenials dalam berbelanja online apabila kekurangan informasi yang cukup atas produk dan penjualnya. Konsumen akan merasakan ketidakpastian atau perasaan dalam pengambilan keputusan pembelian jika kekurangan informasi yang diperlukan atas spesifikasi produk dan penjualnya. Penggunaan fitur live streaming menjadi salah satu strategi yang diambil untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Namun, masih belum jelas bagaimana live streaming memengaruhi niat beli konsumen (NB) di pasar pakaian online. Berdasarkan teori pensinyalan dan literatur ketidakpastian, kami mengusulkan karakteristik fisik *broadcaster* (penyiar) yang disampaikan melalui uji coba produk perwakilan dan nilai yang dibagikan melalui interaksi instan sebagai dua sinyal yang dapat membantu mengurangi ketidakpastian produk dan menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dengan sifat dan nilai fisik yang serupa. Analisis data survei dan wawancara sebagian besar mendukung hipotesis. Penelitian ini berkontribusi pada literatur *live streaming commerce*, literatur ketidakpastian, dan teori signaling.

Kata Kunci: Teori Sinyal, Ketidakpastian, Kepercayaan, Niat Beli.

ABSTRACT

“Analysis of the Effect of Live Streaming on Consumer Purchase Intentions in Social Commerce TikTok in Indonesia”

Tota Jordan Sitanggang

21/491317/PEK/28462

A sense of uncertainty is one of the barriers to purchase intention felt by Gen Z and Millennials when shopping online when they lack sufficient information about the product and the seller. Consumers will feel uncertainty or feelings in making purchasing decisions if they lack the necessary information on product specifications and sellers. The use of the live streaming feature is one of the strategies taken to reduce this uncertainty. However, it remains unclear how live streaming affects consumer purchase intention (PI) in the online clothing market. Based on signaling theory and uncertainty literature, we propose the physical characteristics of broadcasters (broadcasters) conveyed through trials of representative products and the value shared through instant interactions as two signals that can help reduce product uncertainty and foster trust for consumers with similar physical properties and values. . Analysis of survey and interview data largely supports the hypothesis. This research contributes to the live streaming commerce literature, the uncertainty literature, and signaling theory.

Keywords: Signaling theory, Uncertainty, Trust, Purchase intention.