

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik penayang, keahlian penayang, interaktifitas waktu nyata dan visibilitas terhadap kepuasan konsumen, niat pembelian kembali dan loyalitas konsumen yang dirasakan pada perdagangan tayangan langsung. Penelitian ini juga menggunakan privasi/keamanan dan keunggulan harga yang dirasakan sebagai variabel moderator. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model pengumpulan data melalui survei. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Responden penelitian berjumlah 346 responden yang merupakan warga negara Indonesia berusia diatas tujuh belas tahun yang pernah melakukan pembelian melalui Shopee Live. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan metode Structural Equations Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik penayang, keahlian penayang, interaktifitas waktu nyata dan visibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali dan loyalitas konsumen. Niat pembelian kembali berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali dan loyalitas tidak dimoderasi oleh privasi/keamanan dan keunggulan harga yang dirasakan.

Kata kunci: Daya Tarik, Keahlian, Interaktifitas, Visibilitas, Kepuasan Konsumen, Niat Pembelian Kembali, Loyalitas Konsumen, Privasi/Kemanan, Keunggulan Harga

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of penayang attractiveness, penayang expertise, real-time interactivity and visibility on consumer satisfaction, repurchase intention and consumer loyalty in live shopping. This study also uses privacy/security and perceived price advantage as moderator variables. This research uses a quantitative approach with a data collection model through survey. Sampling in this study used a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The research respondents total 346 respondents who were Indonesian citizens over the age of seventeen who had made purchases through Shopee Live. This research hypothesis use Structural Equations Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method.

The results of this study show that penayang attractiveness, penayang expertise, real-time interactivity and visibility have a positive effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction has a positive effect on repurchase intentions and consumer loyalty. Repurchase intention has a positive effect on consumer loyalty. The influence of consumer satisfaction on repurchase intentions and consumer loyalty is not moderated by privacy/security and perceived price advantage.

Keywords: Attractiveness, Expertise, Interactivity, Visibility, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention, Consumer Loyalty, Privacy/Security, Perceived Price Advantage