

INTISARI

Lazada merupakan salah satu platform lokapasar terbesar di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, Lazada mengembangkan opsi berbelanja melalui siaran langsung bernama LazLive. Namun, tampaknya ada penurunan dalam aspek jumlah pengunjung dan pendapatan dari transaksi pembelian produk melalui siaran langsung LazLive. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat membeli konsumen menggunakan LazLive. Untuk melakukannya, penelitian ini menggunakan metode survei daring terhadap 260 responden berusia minimal 17 tahun yang pernah menonton LazLive dan tidak pernah membeli produk melalui LazLive.

Terdapat sembilan hipotesis yang terdukung dalam penelitian ini dan dikembangkan dari teori SOR (*Stimulus, Organism, dan Response*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran sosial yang bertindak sebagai stimulus membentuk faktor internal individu yaitu nilai persepsian yang terdiri dari manfaat relasional, manfaat informasi, kenikmatan, dan pemenuhan rasa ingin tahu, yang kemudian dapat mendorong niat beli individu pada LazLive.

Kata Kunci: SOR (*Stimulus, Organism, dan Response*), Kehadiran Sosial, Nilai Persepsian, Manfaat Relasional, Manfaat Informasi, Kenikmatan, Pemenuhan Rasa Ingin Tahu, dan Niat Beli.

ABSTRACT

Lazada is one of the largest local marketplace platforms in Indonesia. With the advancement of technology, Lazada has developed a shopping option through live streaming called LazLive. However, there seems to be a decrease in the number of visitors and revenue from product purchases through LazLive shopping streaming. Therefore, this study aims to investigate the factors that can influence consumers' buying intentions using LazLive live streaming shopping. To do so, this research employs an online survey method involving 260 respondents aged at least 17 years who have watched LazLive but have not purchased any products through them.

Nine hypotheses derived from the SOR (Stimulus, Organism, and Response) theory are supported in this study. The research findings indicate that social presence, acting as an external stimulus, forms an individual's internal factor, namely perceived value consisting of relational benefits, informational benefits, enjoyment, and curiosity fulfillment, which can subsequently drive an individual's purchase intention in LazLive.

Keywords: *SOR (Stimulus, Organism, and Response), Social Presence, Perceived Value, Relational Benefits, Informational Benefits, Enjoyment, Curiosity Fulfillment, and Purchase Intention.*