

INTISARI

Perkembangan teknologi telah memunculkan inovasi terbaru dalam lokapasar, yaitu penggunaan siaran langsung sebagai media dalam proses jual beli. Salah satunya adalah Tokopedia Play yang dimiliki oleh Tokopedia. Sejak awal 2021, Tokopedia mengalami peningkatan pengunjung situs mengungguli Shopee. Namun, penonton dan pembeli produk melalui siaran langsung di Tokopedia Play memiliki persentase yang sangat rendah jauh di bawah Shopee Live. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor pendorong yang memengaruhi niat menonton secara berkelanjutan dan niat beli pada Tokopedia Play.

Flow Theory digunakan untuk menginvestigasi tahapan pembentukan perilaku konsumen, melalui anteseden, pengalaman, dan konsekuensi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan model *Structural Equation Modelling* (SEM) dan menggunakan perangkat SmartPLS untuk menganalisis sampel 244 responden yang memenuhi kriteria dan dikumpulkan melalui survei secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran sosial, interaktivitas, daya tarik penyiar, dan keahlian penyiar bertindak sebagai variabel anteseden yang membentuk *flow* pengguna. Lalu, *optimal stimulation level* bertindak sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh interaktivitas dan keahlian penyiar terhadap *flow*, serta memperlemah pengaruh kehadiran sosial dan daya tarik penyiar terhadap *flow*. Kemudian, *flow* mampu mendorong perilaku konsumen, yaitu niat menonton berkelanjutan dan niat beli.

Kata Kunci: siaran langsung, *flow theory*, niat menonton berkelanjutan, niat beli, kehadiran sosial, interaktivitas, daya tarik penyiar, keahlian penyiar, *flow*, *optimal stimulation level*

ABSTRACT

The advancement of technology has led to the emergence of the latest innovation within online marketplaces, specifically the utilization of live streaming as a medium for the buying and selling process. One of these innovations is Tokopedia Play, owned by Tokopedia. Since early 2021, Tokopedia has experienced an increase in website visitors, surpassing Shopee. However, the audience and buyers of products through live streaming on Tokopedia Play has a significantly lower percentage compared to Shopee Live. Therefore, this study aims to investigate the determinants influencing continuous watching intention and purchase intention on Tokopedia Play.

Flow theory is used as the theoretical framework to explore the stages of consumer behavior formation, which are antecedents, experiences, and consequences. Utilizing a quantitative approach, this research utilizes the Structural Equation Modeling (SEM) technique and SmartPLS software to analyze data collected from a sample of 244 respondents through online surveys. Findings from the study reveal that social presence, interactivity, streamer attractiveness, and streamer expertise serve as antecedent factors influencing user flow. Furthermore, optimal stimulation level acts as a moderating variable, strengthening the impact of interactivity and streamer expertise on flow, while weakening the impact of social presence and streamer attractiveness on flow. Subsequently, flow is identified as a significant driver of consumer behavior, specifically in terms of continuous watching intention and purchase intention.

Keyword: *Live streaming, flow theory, continuous watching intention, purchase intention, social presence, streamer attractiveness, streamer expertise, flow, optimal stimulation level*