

INTISARI

Belanja siaran langsung merupakan salah satu fitur pada platform belanja daring yang sedang tumbuh dengan pesat di Indonesia. Sebagai platform belanja siaran langsung yang paling digemari di Indonesia, Shopee Live perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan kinerjanya dalam mendorong pembelian impulsif penonton belanja siaran langsung untuk mempertahankan posisinya sebagai platform nomor satu. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh faktor stimulus dari lingkungan belanja siaran langsung terhadap response konsumen berdasarkan teori stimulus-organism-response. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner terhadap pengguna aktif belanja siaran langsung Shopee Live. Terdapat 220 kuesioner yang valid terkumpul dan dinilai sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Data yang tersedia kemudian dianalisis menggunakan *structural equation model partial least square* atau SEM-PLS untuk mengevaluasi data empiris dan melakukan pengujian hipotesis. Temuan mengungkapkan Kehadiran sosial platform, penyiar, dan telepresensi dapat secara positif memberikan dampak pada kepercayaan konsumen. Selain itu, kehadiran sosial platform, telepresensi, dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap hanyut psikologis. Selain itu, kepercayaan konsumen memberikan rangsangan terhadap perilaku pembelian impulsif. Sementara itu, kehadiran sosial penonton tidak dapat memberikan rangsangan kepada kepercayaan dan hanyut psikologis. Kehadiran sosial penyiar juga tidak mampu memberikan rangsangan pada hanyut psikologis. Kemudian, rasa kekuasaan pribadi dinyatakan tidak dapat memperkuat hubungan antara kepercayaan konsumen dan pembelian impulsif, serta hanyut psikologis dan pembelian impulsif. Dengan demikian, penting untuk platform belanja siaran langsung Shopee Live untuk terus meningkatkan fitur dalam belanja siaran langsung agar memaksimalkan stimulus yang memantik pembelian impulsif agar tetap menjadi platform yang digemari masyarakat. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan stimulus yang dapat merangsang perilaku pembelian impulsif agar dapat memunculkan kepercayaan dan kondisi hanyut psikologis ketika menggunakan platform Shopee Live.

Kata Kunci: Shopee Live, Belanja Siaran Langsung, Kehadiran Sosial, Telepresensi, Kepercayaan, Hanyut Psikologis, Perilaku Pembelian Impulsif, Rasa Kekuasaan Pribadi.

ABSTRACT

Live shopping is one of the features on online shopping platforms that is growing rapidly in Indonesia. As the most popular live shopping platform in Indonesia, Shopee Live needs to pay attention to factors that can maximise its performance in encouraging impulse purchases of live shopping viewers to maintain its position as the number one platform. This study aims to explore the influence of stimulus factors from the live shopping environment on consumer response based on the stimulus-organism-response theory. This research uses a questionnaire survey method of active users of Shopee Live live broadcast shopping. There were 220 valid questionnaires collected and assessed according to predetermined criteria. The available data was then analysed using structural equation model partial least square or SEM-PLS to evaluate empirical data and conduct hypothesis testing. Findings revealed that the presence of social platforms, broadcasters, and telepresence can positively impact consumer trust. In addition, the platform's social presence, telepresence, and consumer trust positively influence flow state. In addition, consumer trust provides stimulation to impulse buying behaviour. Meanwhile, the social presence of the audience cannot provide stimuli to trust and flow state. The social presence of the broadcaster also did not provide stimulation to flow state. Then, the sense of personal power was found to be unable to strengthen the relationship between consumer trust and impulse purchase, as well as flow state and impulse purchase. Thus, it is important for the live shopping platform Shopee Live to continue to improve the features in live shopping to maximise the stimulus that triggers impulse purchases in order to remain a popular platform for the public. In addition, it is important for business owners to pay attention to stimuli that can stimulate impulsive buying behaviour in order to generate trust and flow state when using the Shopee Live platform.

Keywords: Shopee Live, Live Shopping, Social Presence, Telepresence, Trust, flow state, Impulse Buying Behaviour, Sense of Personal Power.