

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh interaktivitas, informativitas, dan hiburan terhadap imersi, dampak imersi terhadap kehedonisan, dan pengaruh kehedonisan terhadap kelekatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang menjangkau 290 pengguna dan penonton siaran langsung TikTok di Indonesia, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan metode *non-probability sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas dan hiburan memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendorong penonton untuk merasakan imersi. Selain itu, imersi juga memiliki pengaruh yang substansial terhadap kehedonisan, yang pada gilirannya memengaruhi kelekatan. Namun, informativitas tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap imersi. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur pemasaran digital, khususnya dalam perdagangan siaran langsung, dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang pengaruh informativitas. Secara praktis, temuan ini memberikan wawasan bagi para pelaku bisnis dan pemasar untuk merancang konten yang dapat meningkatkan kelekatan pengguna pada penayang langsung di platform perdagangan siaran langsung TikTok.

Kata kunci: kelekatan; hedonisme; imersi; perdagangan siaran langsung; pemasaran digital

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of interactivity, informativity, and entertainment on immersion, the impact of immersion on hedonism, and the effect of hedonism on stickiness. This study uses a quantitative approach with a survey method that reaches 290 users and viewers of TikTok live streams in Indonesia, selected through purposive sampling techniques in a non-probability sampling method. Data analysis was carried out using the Structural Equation Model (SEM-PLS). The results of the study show that interactivity and entertainment have a significant effect on encouraging viewers to feel immersed. In addition, immersion also has a substantial effect on hedonism, which in turn affects stickiness. However, informativity did not show a significant impact on immersion. Theoretically, this study enriches the digital marketing literature, especially in live stream commerce, and opens up opportunities for further research on the effect of informatics. In practical terms, these findings provide insights for businesses and marketers to design content that can increase stickiness on the streamers in live streaming platform TikTok.

Keywords: *stickiness; hedonism; immersion; live stream commerce; digital marketing*