

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Shopee Live streaming Akun @Boci.Maknyoss Terhadap Keputusan Pembelian Followers Produk Bakso Aci

Aulia Diyah Rihadatul Aisy

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77681&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, tren pengguna e-commerce Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup besar. Live streaming telah menjadi fenomena belanja yang populer. Banyak UMKM saat ini menggunakannya sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Termasuk UMKM yang menjual produk baso aci dengan merek "Boci Maknyoss". Boci Maknyoss adalah sebuah UMKM yang memiliki akun Shopee dengan nama pengguna @Boci.Maknyoss.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah ada pengaruh dari perhatian shopee live streaming akun @Boci.Maknyoss terhadap keputusan pembelian followers produk baso aci. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post positivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus Organism Respons). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner online kepada followers dengan sampel sebanyak 100 orang melalui teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan, pada jenis kelamin responden perempuan memiliki presentase 78% dibandingkan laki-laki yang hanya mencapai 22%, dengan mayoritas usia responden 16 ? 24 tahun mendominasi sebanyak 93 orang (93%). Menurut perhitungan uji F menunjukkan bahwa variabel independent perhatian mempengaruhi keputusan pembelian. Dari penelitian ini ditemukan hubungan antara variabel perhatian shopee live streaming dengan keputusan pembelian adalah positif, berarti signifikan dan kuat. Kontribusi X (Perhatian kepada Shopee Live streaming akun @Boci.Maknyoss) Kepada Y (Keputusan Pembelian Followers Produk Baso Aci) yaitu 73%, sisanya yaitu (27%) disumbang oleh adanya variabel tambahan yang tidak ditemukan di dalam studi penelitian ini.