

TESIS

**NIAT BELI KONSUMEN PADA *LIVE STREAMING*
COMMERCE PRODUK SOMETHINC DENGAN
KERANGKA *STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE*
(SOR)**



Anny Berlian Ferynanda Sibuea

No. Mhs : 215026575

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA


2023



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Anny Berlian Ferynanda Sibuea
Nomor Mahasiswa : 215026575
Konsentrasi : Marketing
Judul Tesis : Niat Beli Konsumen pada Live Streaming Commerce
Produk Somethinc dengan kerangka Stimulus-
Organism-Response (SOR)

| Nama Pembimbing | Tanggal | Tanda Tangan |
|---|----------------------|--|
| Wenefrida Mahestu N. K., S.E., M.Sc., Ph.D | 8 Juli 2023 |  |



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Anny Berlian Ferynanda Sibuea
Nomor Mahasiswa : 215026575
Konsentrasi : Marketing
Judul Tesis : Niat Beli Konsumen pada *Live Streaming Commerce*
Produk Somethinc dengan kerangka *Stimulus-Organism-Response (SOR)*

| Nama Pembimbing | Tanggal | Tanda Tangan |
|--|-----------|--------------|
| Mahestu N. Krijanti, S.E., M.Sc. IB., Ph.D | 27/7/2023 | |
| Drs. M. Parnawa Putranta, MBA, Ph. D. | 27/7/2023 | |
| Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D | 27/7/2023 | |

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Drs. Jeanne Ellyawati, MM.

Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

i

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

NIAT BELI KONSUMEN PADA *LIVE STREAMING COMMERCE* PRODUK SOMETHINC DENGAN KERANGKA *STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE* (SOR)

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Pernyataan, ide, maupun data hasil penelitian bersumber dari tulisan atau karya orang lain telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya penulisan karya ilmiah.

Yogyakarta, Juli 2023

Anny Berlian Ferynanda Sibuea

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karuniaNya Penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul “Niat Beli Konsumen pada Live Streaming Commerce Produk Somethinc dengan Kerangka Stimulus-Organism-Response (SOR)”. Penulisan tesis ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Terselesaikannya tesis ini tentu karena penyertaan dan bimbingan Allah Bapa, Tuhan Yesus Kristus, dan Roh Kudus, serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung . dalam lembar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu dalam proses penyelesaian penulisan tesis ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc. IB., Ph. D selaku dosen pembimbing yang telah membantu, megarahkan, dan memberikan banyak masukan hingga meluangkan waktu sampai terselesaikannya tesis ini.
2. Alm. Bapak Drs. Edry Sayboen Sibuea yang telah memberikan cinta, restu, dan doa untuk menyelesaikan pendidikan dan tesis ini dari semasa hidup hingga berpulang ke rumah Bapa di surga.
3. Mama Rusti Hotmauli Simatupang yang tak pernah berhenti mendukung dalam doa, motivasi, dan selalu memastikan kesehatan hingga terselesaikannya tesis ini.
4. Avie, Diana, dan Puput sebagai sahabat yang membantu saat susah dan senang, serta teman-teman seperjuangan MM Genap 2021 yang tanpa cinta dan dukungannya tesis ini bisa selesai.

Yogyakarta, 26 Juli 2023

Anny Berlian Ferynanda Sibuea

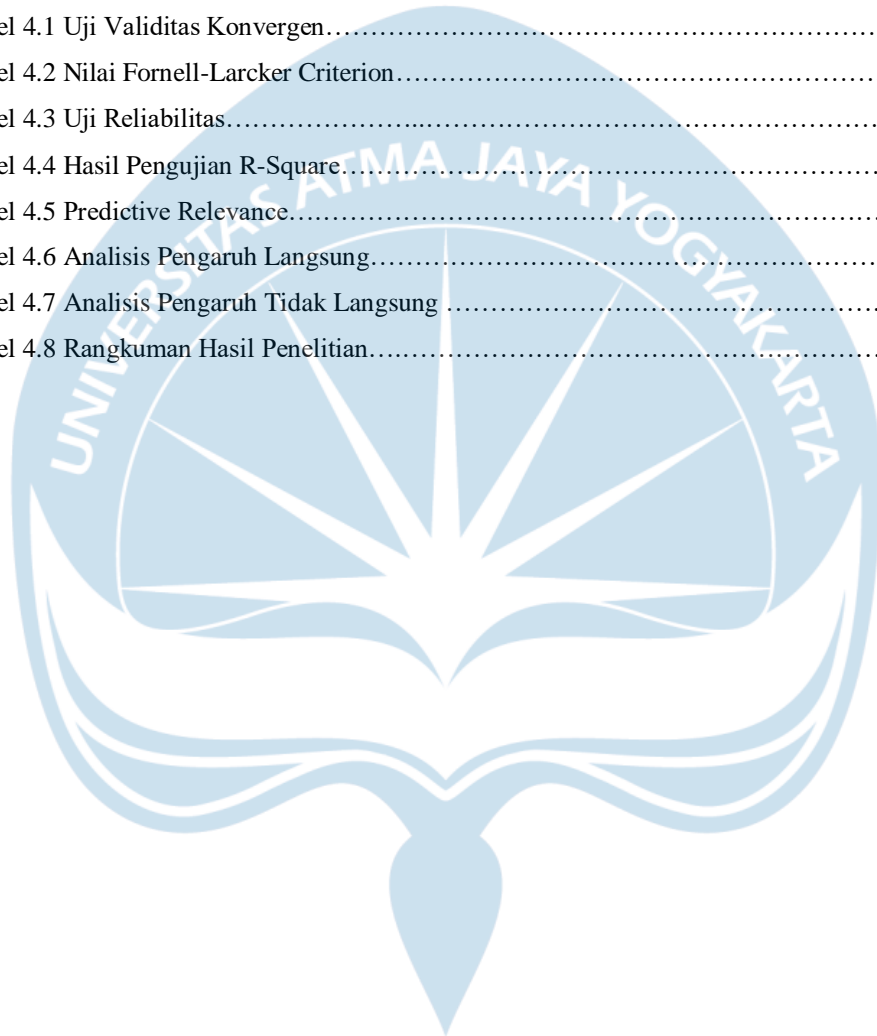
DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR ISI | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5. Ruang Lingkup Penelitian | 7 |
| 1.6. Sistematika Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Online Purchase Intention | 9 |
| 2.2. Permintaan, Kenyamanan, dan Kegembiraan | 9 |
| 2.3. Empat Kekhasan pada <i>Live streaming</i> | 10 |
| 2.4. Stimulus-Organism-Response (SOR) | 11 |
| 2.5. Perdagangan Siaran Langsung (<i>Live Streaming Commerce</i>) | 11 |
| 2.6. Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.7. Pengembangan Hipotesis | 21 |
| 2.8. Model Penelitian | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1. Lingkup Penelitian | 30 |
| 3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 32 |
| 3.4. Metode Analisis Data | 35 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif Responden | 35 |
| 2. Teknik Analisis PLS-SEM | 35 |
| 3.4.3.1 Langkah Pertama: Merancang Model Struktural | 36 |
| 3.4.3.2 Langkah Kedua: Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 36 |
| 3.4.3.3 Langkah Ketiga: Mengkonstruksikan Diagram Jalur Mediasi | 37 |
| 3.4.3.4 Langkah Keempat: Estimasi Data | 38 |

| | | |
|-----------------------|--|-----------|
| 3.4.3.5 | Langkah Kelima: Uji Goodness of Fit (GOF)..... | 39 |
| 3.4.3.6 | Langkah Keenam: Pengujian Hipotesis | 42 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 | Karakteristik Responden | 44 |
| 4.1.1 | Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 44 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden berdasarkan Usia | 45 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan | 46 |
| 4.2 | Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 46 |
| 4.2.1 | Uji Validitas Konvergen | 46 |
| 4.2.2 | Validitas Diskriminan | 48 |
| 4.2.3 | Uji Reliabilitas..... | 49 |
| 4.3 | Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 50 |
| 4.3.1 | Pengujian R <i>Square</i> | 51 |
| 4.3.2 | Predictive Relevance Q <i>Square</i> | 52 |
| 4.3.3 | Hasil Pengujian Hipotesis | 54 |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 58 |
| BAB V | PENUTUP | 64 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial | 65 |
| 5.3 | Keterbatasan dan Saran Penelitian..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 67 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 32 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas Konvergen..... | 47 |
| Tabel 4.2 Nilai Fornell-Larcker Criterion..... | 49 |
| Tabel 4.3 Uji Reliabilitas..... | 49 |
| Tabel 4.4 Hasil Pengujian R-Square..... | 51 |
| Tabel 4.5 Predictive Relevance..... | 53 |
| Tabel 4.6 Analisis Pengaruh Langsung..... | 55 |
| Tabel 4.7 Analisis Pengaruh Tidak Langsung..... | 57 |
| Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Penelitian..... | 58 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Media Sosial yang Digunakan oleh Penduduk di Indonesia pada 2022..... | 2 |
| Gambar 1.2 Sarana Live Shopping yang Digunakan Responden Asia Tenggara..... | 3 |
| Gambar 2.1 Model Pengaruh Interaktivitas, Visualisasi, Hiburan, dan Profesionalisasi sebagai Stimulus terhadap Respons Niat Beli Konsumen..... | 27 |
| Gambar 2.2 Model Pengaruh Permintaan, Kenyamanan, Interaktivitas, dan Kesenangan terhadap Respons Niat Beli Konsumen..... | 28 |
| Gambar 2.3 Model Niat Beli Konsumen pada Live Streaming Commerce Produk Something dengan Kerangka Stimulus-Organism-Rsponse (SOR)..... | 29 |
| Gambar 3.1 Model Kausal Tiga Variabel Nonrekursif..... | 38 |
| Gambar 3.2 Model Mediasi..... | 38 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 45 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia Responden..... | 45 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan..... | 46 |
| Gambar 4.5 Model Struktural..... | 51 |
| Gambar 4.6 Predictive Relevance..... | 53 |
| Gambar 4.7 Pengujian Hipotesis..... | 54 |