

# **Analisis Pengaruh Fitur Shopee Live Terhadap Minat Beli Pengunjung Aplikasi *E-Commerce* Shopee Menggunakan Model SOR**

## **Tugas Akhir**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat  
Sarjana Sistem Informasi



**Dominikus Ivan Hendyantoro**

**NPM: 201710990**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS PENGARUH FITUR SHOPEE LIVE TERHADAP MINAT BELI PENGUNJUNG APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE MENGGUNAKAN MODEL SOR

yang disusun oleh

Dominikus Ivan Hendyantoro

201710990

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 26 Juli 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto SHR., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 26 Juli 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dominikus Ivan Hendyantoro  
NPM : 201710990  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Teknologi Industri  
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Fitur Shopee Live Terhadap Minat  
Beli Pengunjung Aplikasi *E-Commerce* Shopee  
Menggunakan Model SOR

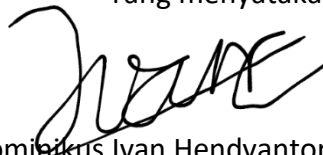
Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Juli 2024

Yang menyatakan,



Dominikus Ivan Hendyantoro  
201710990

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Fitur Shopee Live Terhadap Minat Beli Pengunjung Aplikasi *E-Commerce* Shopee Menggunakan Model SOR”.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu mendampingi dan memberikan kekuatan serta semangat kepada peneliti dalam menghadapi segala rintangan yang ada.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat selama penulis menempuh studi dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Julius Galih Prima Negara, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak/Ibu dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun untuk perbaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Sistem Informasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penulis menempuh studi.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Yogyakarta, 19 Juli 2024



Dominikus Ivan Hendyantoro

201710990

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fitur Shopee Live mempengaruhi minat beli pengguna Shopee. Penelitian ini menggunakan model *Stimulus-Organisme-Response* (S-O-R) yang melibatkan 389 responden yang pernah menggunakan fitur Shopee Live. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visibilitas (*visibility*), interaktivitas (*interactivity*), dan keaslian (*authenticity*) fitur Shopee Live berpengaruh positif terhadap nilai guna (*perceived utility value*) dan nilai hedonik (*perceived hedonic value*) yang dirasakan pengguna. Selanjutnya, nilai guna (*perceived utility value*) dan nilai hedonik (*perceived hedonic value*) yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan (*perceived trust*) pengguna terhadap fitur Shopee Live. Kepercayaan yang tinggi ini pada akhirnya akan mendorong minat beli pengguna terhadap produk yang ditawarkan melalui Shopee Live. Berdasarkan pengujian yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa 9 hipotesis diterima dan 3 hipotesis ditolak.

**Kata Kunci:** Shopee Live; Minat Beli; Stimulus-Organism-Response; *E-commerce*.

## ABSTRACT

*This study aimed to examine how Shopee Live features influence Shopee users' purchase intention. The study employed the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model and involved 389 respondents who had previously used the Shopee Live feature. The results of the study indicated that the visibility, interactivity, and authenticity of Shopee Live features positively affect users' perceived utility value and perceived hedonic value. Furthermore, high perceived utility value and perceived hedonic value enhance users' trust in the Shopee Live feature. This increased trust ultimately drives users' purchase intention towards products offered through Shopee Live. Based on the tests conducted, it was found that 9 hypotheses were accepted and 3 hypotheses were rejected.*

**Keywords:** *Shopee Live; Purchase Intention; Stimulus-Organism-Response; E-commerce.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	ii
PRAKATA .....	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	2
1.4. Batasan Masalah.....	3
1.5. Manfaat Penelitian .....	3
1.6. Bagan Keterkaitan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1. Studi Sebelumnya .....	5
2.2. Dasar Teori.....	10
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	17
3.1. Objek Penelitian.....	17
3.2. Tahapan Penelitian .....	17
3.3. Menarik Kesimpulan dan Saran .....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1. Demografi Responden .....	23
4.2. Uji Kualitas Data.....	25
4.3. Analisis Data.....	26
4.4. Pembahasan Hasil.....	31
4.4.1. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis yang Diterima .....	31
4.4.2. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis yang Ditolak.....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	38
5.1. Kesimpulan.....	38
5.2. Saran .....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	40
Lampiran .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar Bagan Keterkaitan .....	4
Gambar 2. Gambar Model S-O-R .....	11
Gambar 3. Gambar Model S-O-R yang Digunakan .....	16
Gambar 4. Gambar Tahapan Penelitian .....	17
Gambar 5. Gambar Diagram Usia Responden .....	23
Gambar 6. Gambar Diagram Status Responden .....	24
Gambar 7. Gambar Diagram Rata-Rata Waktu Responden .....	24
Gambar 8. Gambar Struktur Model .....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Penelitian Sebelumnya.....	7
Tabel 2. Tabel Konstruk Penelitian .....	18
Tabel 3. Tabel Skala Likert.....	21
Tabel 4. Tabel Uji Validitas.....	25
Tabel 5. Tabel Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 6. Tabel Uji Ave dan CR Model.....	27
Tabel 7. Tabel HTMT Analisis .....	27
Tabel 8. Tabel Uji Hipotesis.....	28
Tabel 9. Tabel Uji Mediasi.....	30