

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan dari 12 hipotesis yang telah diajukan menghasilkan 9 hipotesis diterima dan 3 hipotesis ditolak. Dari 9 hipotesis yang diterima (H1a,H1b,H1c,H2a,H2b,H2c,H3a,H3b,H3c) dan 3 hipotesis yang ditolak (H4a,H4b,H5) peneliti dapat menyatakan bahwa visibilitas (*visibility*) berpengaruh kepada persepsi kegunaan (*perceived utility value*), visibilitas (*visibility*) berpengaruh kepada persepsi hedonis (*perceived hedonic value*), dan visibilitas (*visibility*) juga berpengaruh kepada persepsi kepercayaan kegunaan (*perceived trust*), interaktivitas (*interactivity*) berpengaruh kepada persepsi kegunaan (*perceived utility value*), interaktivitas (*interactivity*) berpengaruh kepada persepsi hedonis (*perceived hedonic value*), dan interaktivitas (*interactivity*) juga berpengaruh kepada persepsi kepercayaan kegunaan (*perceived trust*), keaslian (*authenticity*) berpengaruh kepada persepsi kegunaan (*perceived utility value*), keaslian (*authenticity*) berpengaruh kepada persepsi hedonis (*perceived hedonic value*), dan keaslian (*authenticity*) juga berpengaruh kepada persepsi kepercayaan kegunaan (*perceived trust*),

Pada penelitian ini peneliti tidak menemukan pengaruh persepsi kegunaan (*perceived utility value*) terhadap minat beli (*purchase intention*), persepsi hedonis (*perceived hedonic value*) terhadap minat beli (*purchase intention*), dan persepsi kepercayaan kegunaan (*perceived trust*) terhadap minat beli (*purchase intention*).

Hal ini membuktikan bahwa fitur ini mampu meningkatkan visibilitas produk, memberikan pengalaman interaktif antara penjual dan pembeli, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan penjual.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli pengguna Shopee Live, seperti faktor demografis, gaya hidup, dan preferensi belanja. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah varian variabel pada metode SOR seperti kecepatan dan ketepatan pengiriman. Penelitian lebih lanjut juga dapat menguji efektivitas strategi pemasaran dan promosi yang berbeda antara masing-masing penjual dalam meningkatkan minat beli pengguna Shopee Live.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ayu, P. Sari, M. Alhada, and F. Habib, "Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen ( Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung )," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 17, pp. 41–58, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>.
- [2] D. Sajid Raihan and M. Andriansyah, "Pengujian Sistem Informasi Video Marketplace Shopee Live Berdasarkan Karakteristik Usability Pada Pengguna Aplikasi Shopee," *Media Online*, vol. 4, no. 1, pp. 524–533, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i1.1060.
- [3] I. Imamsyah, N. Nurbaiti, and B. Dharma, "Generation Z's Interest In Using Online Shop Applications From User Interface And Usability Factors," *IQTISHADUNA J. Ilm. Ekon. Kita*, vol. 12, no. 2, pp. 308–321, 2023, doi: 10.46367/iqtishaduna.v12i2.1567.
- [4] D. Azalia and M. Amin, "Analisis Penerapan Live Streaming Shopee dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan di PT Erju Dermatologi Indonesia," *Manag. Ind.*, vol. 6, no. 2, pp. 117–132, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2435>.
- [5] D. E. R. Amin and K. Fikriyah, "Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim," *J. Edunomika*, vol. 07, no. 01, pp. 1–11, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>.
- [6] A. Haksanggulawan, I. Hajar, and A. Putera, "PENGARUH LIVE TIKTOK, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING," *J. Ekon. Manaj. dan Akunt. Sekol. Tinggi Ilmu Ekon. Enam-Enam Kendari*, vol. 1, no. 2, pp. 401–407, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>.

- [7] Z. Song, C. Liu, and R. Shi, "How Do Fresh Live Broadcast Impact Consumers' Purchase Intention? Based on the SOR Theory," *Sustain.*, vol. 14, no. 21, 2022, doi: 10.3390/su142114382.
- [8] T. Q. Le, W. Y. Wu, Y. K. Liao, and T. T. T. Phung, "The Extended S-O-R Model Investigating Consumer Impulse Buying Behavior in Online Shopping: A Meta-Analysis," *J. Distrib. Sci.*, vol. 20, no. 2, pp. 1–9, 2022, doi: 10.15722/jds.20.02.202202.1.
- [9] X. Liu, L. Zhang, and Q. Chen, "The effects of tourism e-commerce live streaming features on consumer purchase intention: The mediating roles of flow experience and trust," *Front. Psychol.*, vol. 13, no. August, pp. 1–14, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.995129.
- [10] X. Dong, H. Zhao, and T. Li, "The Role of Live-Streaming E-Commerce on Consumers' Purchasing Intention regarding Green Agricultural Products," *Sustain.*, vol. 14, no. 7, pp. 1–13, 2022, doi: 10.3390/su14074374.
- [11] Y. Sun, X. Shao, X. Li, Y. Guo, and K. Nie, "How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective," *Electron. Commer. Res. Appl.*, vol. 37, no. August, p. 100886, 2019, doi: 10.1016/j.elerap.2019.100886.
- [12] P. Rahima and I. Cahyadi, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram," *Target J. Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 39–50, 2022, doi: 10.30812/target.v4i1.2016.
- [13] S. V. Suhyar and S. A. Pratminingsih, "Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 2, pp. 1427–1438, 2023.
- [14] B. Ramadhan and N. Lailla, "Pengaruh Content Marketing, Live Streaming Dan Co-Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Produk Fashion Erigo)," *Indones. J. Econ.*, vol. 1, no. 2, pp. 99–114, 2024.

- [15] Muhammad Arief Gunawan, "Pengaruh Potongan Harga, Kenyamanan, Interaktivitas, Dan Keterlibatan Terhadap Niat Pembelian Impulsif Pada Fitur Live Streaming Di Platform E-Commerce," *DIPONEGORO J. Manag.* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>, vol. 12, no. 2009, pp. 1–11, 2023.
- [16] C. Demangeot and A. J. Broderick, "Engaging customers during a website visit: a model of website customer engagement," *Int. J. Retail Distrib. Manag.*, vol. 44, no. 8, pp. 814–839, 2016, doi: 10.1108/IJRDM-08-2015-0124.
- [17] J. Guo, Y. Li, Y. Xu, and K. Zeng, "How Live Streaming Features Impact Consumers' Purchase Intention in the Context of Cross-Border E-Commerce? A Research Based on SOR Theory," *Front. Psychol.*, vol. 12, no. November, pp. 1–10, 2021, doi: 10.3389/fpsyg.2021.767876.
- [18] J. Xue, X. Liang, T. Xie, and H. Wang, "See now, act now: How to interact with customers to enhance social commerce engagement?," *Inf. Manag.*, vol. 57, no. 6, p. 103324, 2020, doi: 10.1016/j.im.2020.103324.
- [19] S. Singh, N. Singh, Z. Kalinić, and F. J. Liébana-Cabanillas, "Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: An extended perceived value theory of streaming addiction," *Expert Syst. Appl.*, vol. 168, p. 114241, 2021, doi: 10.1016/j.eswa.2020.114241.
- [20] A. Floh and M. Madlberger, "The role of atmospheric cues in online impulse-buying behavior," *Electron. Commer. Res. Appl.*, vol. 12, no. 6, pp. 425–439, 2013, doi: 10.1016/j.elerap.2013.06.001.
- [21] E. Sherman, A. Mathur, and R. B. Smith, "Store environment and consumer purchase behavior: Mediating role of consumer emotions," *Psychol. Mark.*, vol. 14, no. 4, pp. 361–378, 1997, doi: 10.1002/(SICI)1520-6793(199707)14:4<361::AID-MAR4>3.0.CO;2-7.
- [22] Y. Liu, H. Li, and F. Hu, "Website attributes in urging online impulse purchase: An empirical investigation on consumer perceptions," *Decis. Support Syst.*, vol. 55, no. 3, pp. 829–837, 2013, doi: 10.1016/j.dss.2013.04.001.

- [23] B. Zhu, S. Kowatthanakul, and P. Satanasavapak, "Generation Y consumer online repurchase intention in Bangkok: Based on Stimulus-Organism-Response (SOR) model," *Int. J. Retail Distrib. Manag.*, vol. 48, no. 1, pp. 53–69, 2020, doi: 10.1108/IJRDM-04-2018-0071.
- [24] Y. Xu, W. Jiang, Y. Li, and J. Guo, "The Influences of Live Streaming Affordance in Cross-Border E-Commerce Platforms," *J. Glob. Inf. Manag.*, vol. 30, no. 2, pp. 1–24, 2021, doi: 10.4018/jgim.20220301.0a3.
- [25] M. Tajvidi, Y. Wang, N. Hajli, and P. E. D. Love, "Brand value Co-creation in social commerce: The role of interactivity, social support, and relationship quality," *Comput. Human Behav.*, vol. 115, 2021, doi: 10.1016/j.chb.2017.11.006.
- [26] M. H. Huang, "Designing website attributes to induce experiential encounters," *Comput. Human Behav.*, vol. 19, no. 4, pp. 425–442, 2003, doi: 10.1016/S0747-5632(02)00080-8.
- [27] F. Hou, Z. Guan, B. Li, and A. Y. L. Chong, "Factors influencing people's continuous watching intention and consumption intention in live streaming: Evidence from China," *Internet Res.*, vol. 30, no. 1, pp. 141–163, 2020, doi: 10.1108/INTR-04-2018-0177.
- [28] L. Peng, G. Lu, K. Pang, and Q. Yao, "Optimal farmer's income from farm products sales on live streaming with random rewards: Case from China's rural revitalisation strategy," *Comput. Electron. Agric.*, vol. 189, no. February, p. 106403, 2021, doi: 10.1016/j.compag.2021.106403.
- [29] M. B. Beverland, A. Lindgreen, and M. W. Vink, "Projecting authenticity through advertising: Consumer judgments of advertisers' claims," *J. Advert.*, vol. 37, no. 1, pp. 5–15, 2008, doi: 10.2753/JOA0091-3367370101.
- [30] M. Hu and S. S. Chaudhry, "Enhancing consumer engagement in e-commerce live streaming via relational bonds," *Internet Res.*, vol. 30, no. 3, pp. 1019–1041, 2020, doi: 10.1108/INTR-03-2019-0082.

- [31] H. Zhu, Q. Wang, L. Yan, and G. Wu, "Are consumers what they consume? - Linking lifestyle segmentation to product attributes: An exploratory study of the Chinese mobile phone market," *J. Mark. Manag.*, vol. 25, no. 3–4, pp. 295–314, 2009, doi: 10.1362/026725709X429764.
- [32] S. J. Ahn and S. H. Lee, "The effect of consumers' perceived value on acceptance of an internet-only bank service," *Sustain.*, vol. 11, no. 17, pp. 1–9, 2019, doi: 10.3390/su11174599.
- [33] Y. mei Cang and D. chun Wang, "A comparative study on the online shopping willingness of fresh agricultural products between experienced consumers and potential consumers," *Sustain. Comput. Informatics Syst.*, vol. 30, p. 100493, 2021, doi: 10.1016/j.suscom.2020.100493.
- [34] N. Singh and N. Sinha, "How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 52, no. July 2019, p. 101894, 2020, doi: 10.1016/j.jretconser.2019.101894.
- [35] L. Chen, M. S. Rashidin, F. Song, Y. Wang, S. Javed, and J. Wang, "Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E-Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model," *SAGE Open*, vol. 11, no. 2, 2021, doi: 10.1177/21582440211027875.
- [36] Y. Li and Y. Peng, "What Drives Gift-giving Intention in Live Streaming? The Perspectives of Emotional Attachment and Flow Experience," *Int. J. Hum. Comput. Interact.*, vol. 37, no. 14, pp. 1317–1329, 2021, doi: 10.1080/10447318.2021.1885224.
- [37] Y. Wu and H. Huang, "Influence of Perceived Value on Consumers' Continuous Purchase Intention in Live-Streaming E-Commerce—Mediated by Consumer Trust," *Sustain.*, vol. 15, no. 5, 2023, doi: 10.3390/su15054432.
- [38] P. Xu, B. J. Cui, and B. Lyu, "Influence of Streamer's Social Capital on Purchase Intention in Live Streaming E-Commerce," *Front. Psychol.*, vol. 12, no. January, pp. 1–13, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2021.748172.

- [39] L. A. S. Pratiwi, "PENGARUH KONFORMITAS, KUALITAS INFORMASI, DAN SIKAP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-COMMERCE (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Kota Bekasi)," *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*, vol. 4, no. 1, pp. 88–100, 2023.





# Lampiran

When I need it, I am willing to buy it directly from the live room.  
I prefer to buy the same items live.

### Rancangan Item Pertanyaan Kuesioner 1

Varabel	Isi
visibility	Bagi saya mengakses dan mencari produk melalui fitur live (melalui icon "live" pada bagian bawah tampilan awal aplikasi Shopee) dan menemukan informasi produk yang mudah dan jelas melalui fitur live. (Cth. Penjelasan dari penjual, kolom chat, serta kolom etalase)
interactivity	Saat menggunakan fitur shopee live (live), saya dapat berinteraksi dengan streamer dengan mudah (misalnya, saya dapat bertanya apapun mengenai produk yang saya tertarik maupun produk lain yang dijual). Saat menggunakan fitur shopee live, streamer memberikan tanggapan dan jawaban yang saya butuhkan.
authenticity	Melalui fitur shopee live, pembeli memberikan review secara langsung produk yang saya inginkan sehingga saya merasa mendapatkan jaminan tampilan dan kualitas barang dari streamer/penjual. Pembeli dapat melihat laporan terdapat penjual yang menjual barang yang tidak asli selama live melalui fitur live streaming. Fitur shopee live memberikan saran kepada pembeli tidak akan menyesal membeli produk karena sudah melihat tampilan produk tersebut.
Perceived Utility Value	Fitur shopee live membantu meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur shopee live berguna bagi konsumen mendapatkan potongan harga tambahan maupun cashback yang real time melalui room live. Fitur shopee live menjadi sarana interaksi antara pembeli dengan penjual secara real time dan lengkap (mendapatkan tampilan produk yang diinginkan).
Perceived Hedonic Value	Fitur shopee live membuat aktivitas berbelanja menjadi lebih menyenangkan karena saya bisa mendapatkan voucher khusus yang hanya bisa didapat saat didalam room live. Saya merasa nyaman dan senang menggunakan fitur shopee live ketika penjual/streamer bersikap ramah, lucu, komunikatif, maupun berpenampilan rapih dan menarik. Pengalaman berbelanja melalui fitur shopee live membuat saya ingin menggunakan fitur tersebut lagi.
Perceptual Trust	Saya percaya fitur shopee live aman dan memiliki fitur yang bermanfaat bagi saya. Saya percaya menggunakan fitur shopee live dan bertransaksi melalui fitur shopee live. Saya percaya fitur shopee live menjaga keamanan informasi pribadi pengguna aplikasi Shopee.
Purchase Intention	Saya menjadi lebih tertarik membeli ketika situasi live terasa nyaman dinikmati bagi saya (penjual/streamer yang ramah, lucu, komunikatif, maupun berpenampilan rapih dan menarik). Setelah saya menonton review barang yang saya inginkan melalui fitur shopee live, saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk membeli atau tidak barang tersebut. Saya lebih menyukai membeli barang melalui fitur shopee live secara langsung dibanding langsung membeli tanpa melalui fitur shopee live.

Lampiran 1. Alih Bahasa Pertanyaan Kuesioner Bersama Ahli Bahasa

## Analisis Pengaruh Fitur Shopee Live Terhadap Minat Belanja Pengunjung Aplikasi E-Commerce Shopee

Saya Dominikus Ivan Hendyantoro mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sedang melakukan penelitian mengenai pengaruh fitur Shopee Live terhadap minat belanja pengunjung aplikasi e-commerce Shopee. Untuk tercapainya tujuan penelitian ini, saya membutuhkan kesediaan Anda untuk memberikan informasi sesuai dengan yang pernah Anda alami dan rasakan.

Pada kuesioner ini terdapat beberapa bagian di mana pada bagian pertama berisi data demografi dan bagian lainnya berisi pertanyaan-pertanyaan yang merupakan bagian dari variabel yang berhubungan dengan penelitian ini. Untuk waktu yang diperlukan untuk mengisi kuesioner ini diperkirakan sekitar kurang lebih 5 menit.

Kriteria dalam pengisian kuesionir adalah:

-> Pernah membeli produk melalui fitur shopee live

Jawaban yang Anda berikan akan DIRAHASIAKAN dan hanya akan digunakan untuk penelitian ini. Terima kasih untuk waktu dan kerja samanya. Partisipasi Anda sangat kami hargai.

Jawaban berbentuk skala linear dengan nomor 1 sampai 5 dengan arti sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

ivanhdominikus20@gmail.com [Ganti akun](#)

Tidak dibagikan

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama \*

Jawaban Anda

Nomor HP  
(UNTUK KEPERLUAN HADIAH) \*

Jawaban Anda

Usia (Cukup Angka Saja) \*

Jawaban Anda

Status \*

- Pelajar  
 Mahasiswa  
 Pekerja

Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menggunakan aplikasi Shopee setiap hari \*

- < 1 Jam  
 1 - 3 Jam  
 3 - 5 Jam  
 > 5 Jam

Apakah Anda pernah membeli produk melalui fitur Shopee Live pada aplikasi Shopee? \*

- Pernah  
 Belum pernah

Berikutnya

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Halaman 1

## Analisis Pengaruh Fitur Shopee Live Terhadap Minat Belanja Pengunjung Aplikasi E-Commerce Shopee

ivanhdominikus20@gmail.com [Ganti akun](#)



Tidak dibagikan

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi!

Jawaban berbentuk skala linear dengan nomor 1 sampai 5 dengan arti sebagai berikut:  
1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Tidak Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

Bagi saya mengakses dan mencari live produk yang saya inginkan melalui fitur Shopee Live cukup dengan cara yang sederhana. (melalui icon "live" pada bagian bawah tampilan awal aplikasi Shopee). \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Menurut saya mudah untuk melakukan klaim voucher promo dan potongan harga pada fitur Shopee Live. \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Menurut saya mudah untuk mendapatkan dan menemukan informasi produk yang ditampilkan dengan mudah dan jelas melalui fitur Shopee Live. (Cth. Penjelasan dari penjual, kolom chat, serta kolom etalase). \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Saat menggunakan fitur Shopee Live (menonton), saya dapat berinteraksi dengan streamer dengan mudah. \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Saat menggunakan fitur Shopee Live (menonton), saya dapat bertanya apapun mengenai produk yang saya tertarik maupun produk lain yang dijual. \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Saat saya menggunakan fitur Shopee Live, streamer memberikan tanggapan dan jawaban yang saya butuhkan. \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Melalui fitur Shopee Live, penjual memberikan review secara langsung produk yang saya inginkan sehingga saya merasa mendapatkan jaminan tampilan dan kualitas barang dari steamer/penjual. \*

Sangat Tidak Setuju    1    2    3    4    5    Sangat Setuju  
               

Lampiran 3. Kuesioner Halaman 2 Bagian 1

Pembeli dapat melakukan report terhadap penjual yang menjual barang yang tidak asli selama live melalui fitur Live Streaming. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Fitur Shopee Live membuat saya merasa bahwa saya tidak akan menyesal membeli produk karena sudah melihat tampilan produk tersebut. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Fitur Shopee Live membantu meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli melalui interaksi dalam room live. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Fitur Shopee Live berguna bagi konsumen mendapatkan potongan harga tambahan maupun cashback yang real time melalui room live. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Fitur Shopee Live menjadi sarana interaksi antara pembeli dengan penjual secara real time dan lengkap (mendapatkan tampilan produk yang diinginkan). \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Fitur Shopee Live membuat aktivitas berbelanja menjadi lebih menyenangkan karena saya bisa mendapatkan voucher khusus yang hanya bisa didapat saat didalam room live. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa nyaman dan senang menggunakan fitur Shopee Live ketika penjual/streamer bersikap ramah, lucu, komunikatif, maupun berpenampilan rapih dan menarik. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pengalaman berbelanja melalui fitur Shopee Live membuat saya ingin menggunakan fitur tersebut lagi. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Lampiran 4. Kuesioner Halaman 2 Bagian 2

Saya percaya fitur Shopee Live aman dan memiliki fitur yang bermanfaat bagi saya. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya percaya menggunakan fitur Shopee Live dan bertransaksi melalui fitur Shopee Live. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya percaya fitur Shopee Live menjaga keamanan informasi pribadi pengunjung aplikasi Shopee. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya menjadi lebih tertarik membeli ketika situasi live terasa nyaman dinikmati bagi saya (penjual/streamer yang ramah, lucu, komunikatif, maupun berpenampilan rapih dan menarik). \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Setelah saya menonton review barang yang saya inginkan melalui fitur Shopee Live, saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk membeli atau tidak barang tersebut. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

---

Saya lebih menyukai membeli barang melalui fitur Shopee Live secara langsung dibanding langsung membeli tanpa melalui fitur Shopee Live. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Kembali  Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Lampiran 5. Kuesioner Halaman 2 Bagian 3

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Timestamp	Nama	Nomor HP(UNTUK K Usia (Cukup Angka S Status	Rata-rata waktu yang	Apakah Anda pernah	Bagi saya mengakse	Menurut saya mudah	Menurut saya mudah	Saat menggunakan fi Saa	
2	5/17/2024 19:19:59	Dela Aprilliana	083152589165	22 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	5	5	5	5
3	5/17/2024 20:18:28	Michael	081213336562	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	4	4	5
4	5/17/2024 21:19:14	ricky budhi	0818254585	30 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	3	4	4	3
5	5/17/2024 21:22:16	Alvin Adhie Cristian	01335884394	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	3	4	3	5
6	5/17/2024 21:27:00	Lian Rante Limbong	085173257176	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	4
7	5/17/2024 21:46:16	Randy	085878723030	26 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	4	5	4	4
8	5/17/2024 22:09:37	Michael Herdi Briliarta	081226524570	24 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	5	4	4	4
9	5/17/2024 22:34:09	Gabriel Krisna Kharisma	085234649460	24 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	5
10	5/17/2024 22:40:54	Bella	-	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	5	5	5
11	5/17/2024 22:43:52	Abed	085236194628	24 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	4	5
12	5/17/2024 23:12:34	SERAVINUS DAUD	08895969080	31 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	4	4
13	5/17/2024 23:19:07	Andrew Limawan	081255804460	21 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	4	4
14	5/17/2024 23:41:25	Vicky Michelle Tandiamal	082195756405	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	4
15	5/17/2024 23:45:59	Yola Vania Santosa	085742144438	25 Pekerja	3 - 5 Jam	Pernah	5	5	4	5
16	5/17/2024 23:53:57	Yoga Sidharta	082138091310	23 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	3	2	3	5
17	5/18/2024 0:06:29	Wahyuni Zefannya	085264868847	24 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	5
18	5/18/2024 0:30:11	Florenzia Irena	087875825242	25 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	4	4	3
19	5/18/2024 0:49:19	Dominique Lintang H A	082136058440	20 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	5	5
20	5/18/2024 2:15:54	Visentius 5	089620769390	23 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	1	1	2	2
21	5/18/2024 5:26:10	Federico Junior Herlianto	08985058572	28 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	3	3	5	5
22	5/18/2024 6:57:48	Evelyn	081578065526	23 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	5	5	5	5
23	5/18/2024 7:11:51	Giacinta	089672332945	30 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	5	5	5	4
24	5/18/2024 7:19:28	Magdalena Dini	081328838829	42 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	5	5	5	5
25	5/18/2024 8:03:14	Citra Nabli Salsabila	083101877140	21 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	5	5
26	5/18/2024 10:08:54	Yosephine Nadia Low Sapu	089993081181	19 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	5
27	5/18/2024 20:00:57	Kristina	081258025940	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	4	4	4
28	5/18/2024 20:27:51	Felix Kurniawan	082164140242	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	4	4
29	5/18/2024 21:18:27	Finna	081381092221	41 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	4	4	4	4
30	5/18/2024 22:05:35	Lucia	089673224810	24 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	4	4	3	4
31	5/18/2024 22:34:17	Benedick Al Yansen	085377503796	21 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	5	5	4
32	5/18/2024 22:35:33	Raihan Ardiansah P S	08133067372	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	4	5	4
33	5/18/2024 22:48:45	Jo	081213836725	22 Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	4	5	4
34	5/18/2024 22:49:08	Intan	087788462557	23 Pekerja	< 1 Jam	Pernah	5	4	4	4
35	5/19/2024 1:00:52	Arie Yunita Sugiyanto	0818294707	41 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	4
36	5/19/2024 8:36:20	Malvin Christy	081274474553	20 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	3	5
37	5/19/2024 8:37:09	Nathanael Audi Saputra	081228121514	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	3	4	5	2

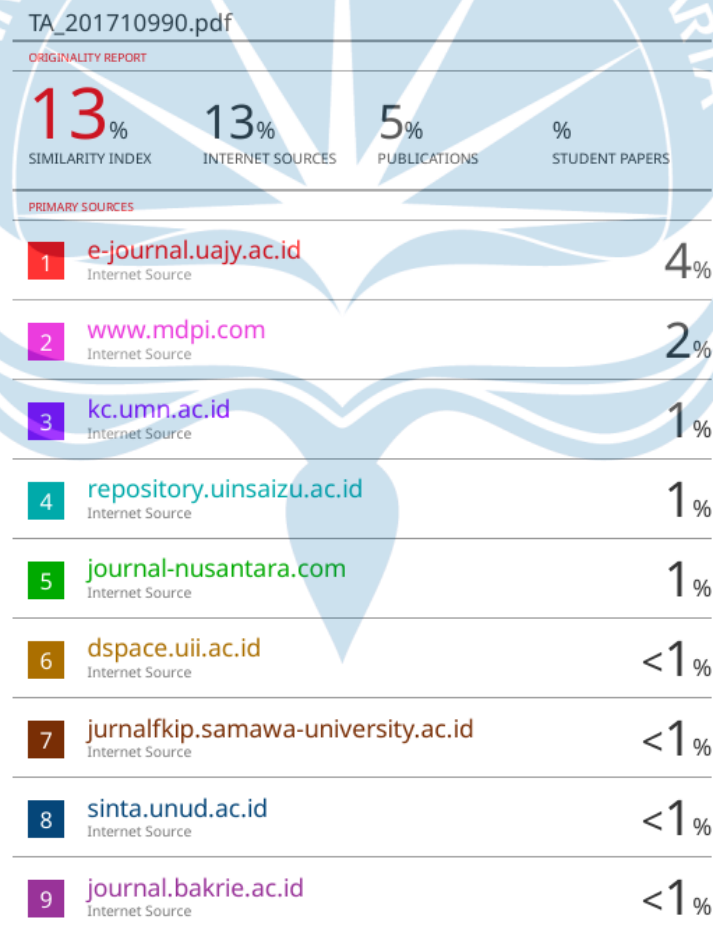
Lampiran 6. Excel Jawaban Responden 1

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Timestamp	Nama	Nomor HP(UNTUK K Usia (Cukup Angka S Status	Rata-rata waktu yang	Apakah Anda pernah	Bagi saya mengakse	Menurut saya mudah	Menurut saya mudah	Saat menggunakan fi Saa	
178	6/22/2024 1:03:22	Fitri Hutastila	0817833993	25 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	4	5	4	
179	6/22/2024 1:04:08	Yerikho	081782939290	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	4	
180	6/22/2024 1:05:07	Wiwit Sian	09172922092	26 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	4	5	4	
181	6/22/2024 1:06:00	Devano Bobby	08179302090	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	4	
182	6/22/2024 1:06:44	Fiona L	081782930299	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	
183	6/22/2024 1:07:36	Wisiana S	081728291820	23 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	4	5	4	
184	6/22/2024 1:08:21	Kundiman	08282920290	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	
185	6/22/2024 1:09:05	Quncy P	08718292920	24 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	4	4	5	
186	6/22/2024 1:09:56	Gerald Yudistira	0817829290	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	
187	6/22/2024 1:10:47	Virzy Iskandar	081729392920	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	5	5	
188	6/22/2024 1:11:33	Jenius Wil	087178292090	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	
189	6/22/2024 1:12:26	Wibi Danang	0817292829299	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	
190	6/22/2024 1:16:11	Heri Tusian	087382902910	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	
191	6/22/2024 1:17:02	Wijnarko Willem	08172829291	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	5	4	
192	6/22/2024 1:18:15	Jeffri Victorianus	087283928202	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	
193	6/22/2024 1:19:03	Daniel Axetson	098192020	24 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	
194	6/22/2024 1:23:50	Oyen Simatupang	0817829302920	19 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	5	
195	6/22/2024 1:25:26	Fanie R	0817829290	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	
196	6/22/2024 1:26:21	Gista Standewi	0861822990	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	4	
197	6/22/2024 1:27:23	Nimas Mariani	08179220292	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	5	
198	6/22/2024 1:28:13	Gustian Ikhyia	08718202820	24 Mahasiswa	3 - 5 Jam	Pernah	4	4	4	
199	6/22/2024 1:29:01	Galang	08189229299	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	5	
200	6/22/2024 1:30:07	Angga William	0818292920	26 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	
201	6/22/2024 1:31:02	Denis Riana	08717292020	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	4	
202	6/22/2024 1:31:47	Vika Lianti	098192020	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	5	
203	6/22/2024 1:32:38	Jessica Mima	08172891100	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	3	4	
204	6/22/2024 1:34:13	Justin M	081782810190	25 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	5	5	3	
205	6/22/2024 1:34:56	Triana	08182929200	21 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	5	
206	6/22/2024 1:35:48	Helbert H	081728291189	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	4	
207	6/22/2024 1:37:38	Hendro	09189292819	28 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	1	2	3	
208	6/22/2024 1:38:30	Ferri Simando	0918928299	29 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	5	
209	6/22/2024 1:39:10	Billy	0888928839	22 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	4	
210	6/22/2024 1:40:32	Gregoria T	0981928191	28 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	5	4	4	
211	6/22/2024 1:41:21	Histiana	08182829190	24 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	4	4	3	
212	6/22/2024 1:42:15	Verza J	08172992100	23 Mahasiswa	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	5	
213	6/22/2024 1:43:06	Gilbert Justian	08178229290	27 Pekerja	1 - 3 Jam	Pernah	4	5	3	

Lampiran 7. Excel Jawaban Responden 2

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Timestamp	Nama	Nomor HP(UNTUK K	Usia (Cukup Angka S	Status	Rata-rata waktu yang	Apakah Anda pernah	Bagi saya mengakse	Menurut saya mudah	Menurut saya mudah	Saat menggunakan fi	S
266	6/22/2024 2:59:35	Nur Setyowati	0828281929	26	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	5
267	6/22/2024 3:00:23	Giovani Rukmi Andriastuti	08717272728	22	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	4	5	5
268	6/22/2024 3:01:27	Deva Chandra H	0898828293	25	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	4
269	6/22/2024 3:02:16	Agustina Sani	08718227182	30	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	5	4	5	4
270	6/22/2024 3:03:24	Jinan Talitha	08718228919	29	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	4
271	6/22/2024 3:04:35	Rifkyadia	0817819292	32	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	5
272	6/22/2024 3:05:29	Rani Widya Astuti	08172282920	21	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	5	5	4
273	6/22/2024 3:06:15	Erina Wulandari	08172829202	22	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	4	5	5
274	6/22/2024 3:07:24	Dewi Khairiah	08172819199	27	Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	5	3
275	6/22/2024 3:08:12	Jane Revevaline	0817282818	20	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	4	5	4
276	6/22/2024 3:09:13	Chynthia M Anjani	08172829290	29	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	5	4	5	4
277	6/22/2024 3:10:02	Solawide Angelina	08172819190	24	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	5	4	5
278	6/22/2024 3:11:00	Ayu Sabrina	08182829292	23	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	4
279	6/22/2024 3:12:10	Arini Wevadhila	08172119982	16	Pelajar	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	4
280	6/22/2024 3:13:22	Mutiara Sin	088178282929	14	Pelajar	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	3
281	6/22/2024 3:14:32	Jasmine Laksmidewi	0817289292	17	Pelajar	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	4
282	6/22/2024 3:15:16	Muhamad Bintang	081728292	21	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	3	5	4	5
283	6/22/2024 3:16:34	Gintang La ONnmi	0819278399333	25	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	5
284	6/22/2024 3:18:09	Dwi Arsodiana	081729292	26	Pekerja	3-5 Jam	Pernah	5	4	4	4
285	6/22/2024 3:18:52	Agnes Tandara	08819282929	20	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	4	5	4
286	6/22/2024 3:19:39	Regina Nababan	08192929289	26	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	5	3	4
287	6/22/2024 3:20:27	Naura Diva	0817382929	27	Pekerja	3-5 Jam	Pernah	5	5	5	4
288	6/22/2024 3:21:31	Muliana Mursalim	08172828289	29	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	4
289	6/22/2024 3:22:40	Andika Respati Hascanya	08172188978	28	Pekerja	3-5 Jam	Pernah	4	4	5	5
290	6/22/2024 3:23:45	Cahaya Damar	0818929292	22	Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	5	5	4	4
291	6/22/2024 3:24:35	Cindy Deviani	08182929295	23	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	5
292	6/22/2024 3:26:05	Ridho Akbar F	0818282929	22	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	4	5	4
293	6/22/2024 3:27:08	Arif Prasetrir	0818292920	21	Pelajar	< 1 Jam	Pernah	5	5	4	4
294	6/22/2024 3:28:49	Anyo Fernando	09718282929	32	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	5
295	6/22/2024 3:55:08	Cidep	083824131278	18	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	5	4	4
296	6/22/2024 6:46:04	B	-	22	Mahasiswa	< 1 Jam	Pernah	4	5	4	4
297	6/22/2024 8:23:16	Zara	089568272618	20	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	5
298	6/23/2024 0:54:04	Frederick Ferdinand	08172828282	23	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	4	5	5	4
299	6/23/2024 0:54:59	Della Ferdinand	081722827182	21	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	4	4	5
300	6/23/2024 0:56:09	Siemen Y	081728281889	27	Pekerja	1-3 Jam	Pernah	4	5	4	4
301	6/23/2024 0:57:27	Verina Dhea	081728282899	23	Mahasiswa	1-3 Jam	Pernah	5	5	3	4

Lampiran 8. Excel Jawaban Responden 3.



Lampiran 9. Cek Turnitin 1

10	<a href="http://ejournal3.undip.ac.id">ejournal3.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://idn.wakuwakuJapan.tv">idn.wakuwakuJapan.tv</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://repository.bakrie.ac.id">repository.bakrie.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://repo.undiksha.ac.id">repo.undiksha.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
19	Larassati Diana, Aulia Fashanah Hadining, Risma Fitriani. "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI RUMAH BELAJAR DI KABUPATEN KARAWANG", Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2020 Publication	<1 %
20	<a href="http://annisazh.wordpress.com">annisazh.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://repository.wima.ac.id">repository.wima.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://www.antaraneWS.com">www.antaraneWS.com</a> Internet Source	<1 %

Lampiran 10. Hasil Cek Turnitin 2