

ABSTRAK

NOVIA RITA RAHMAWATY. NIM 2018116075. Pengaruh Video Live Shopping Terhadap Minat Beli Scarlett Pada E-commerce Shopee. Dibawah bimbingan Bapak H Miswan, SE, Msi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh video live shopping terhadap minat beli Scarlett pada e-commerce Shopee. Latar belakang penelitian didasari dari perkembangan teknologi yang merubah transaksi jual beli. Yang sebelumnya masih dilakukan secara konvensional, saat ini sudah dilakukan melalui e-commerce. Perubahan ini

mendorong para pelaku bisnis harus dapat terus berinovasi mengikuti perkembangan yang

ada. Video live shopping merupakan fitur yang saat ini menjadi tren untuk digunakan di e-

commerce. Fitur tersebut sedikit banyak akan mempengaruhi minat beli. Tujuan utama

penelitian ini diantaranya ; 1.Untuk menganalisis penilaian konsumen tentang video live shopping yang ada di E-commerce shopee; 2. Untuk menganalisis tentang minat beli konsumen pada produk Scarlett yang ada di E-commerce Shopee; 3. Untuk menganalisis

pengaruh video live shopping terhadap minat beli produk Scarlett di E-commerce Shopee.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian, dilakukan dengan cara

penyebaran kuesioner. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah dengan metode

Purposive sampling. Terdapat dua kriteria utama dari sample yaitu pengguna e-commerce

shopee yang sudah pernah menonton video live shopping dan sudah berusia 17 tahun.

Terdapat 107 responden yang masuk dalam kriteria tersebut. Hasil olah data dari kuesioner

tersebut akan dianalisis melalui analisis deskriptif kuantitatif serta analisis inferensial. Hasil

analisis diperoleh ; 1. Penilaian konsumen tentang video live shopping yang ada di e-commerce shopee masuk dalam kategori Sangat Baik ; 2. Minat beli terhadap produk Scarlett

yang ada di E-commerce Shopee didominasi oleh Minat Transaksional ; 3. Terdapat pengaruh video live shopping terhadap minat beli produk scarlett yang ada di e-commerce

shopee.

Kata kunci : Minat beli, Scarlett, video live shopping

ABSTRACT

NOVIA RITA RAHMAWATY. NIM 2018116075. The Effect of Live Shopping Videos on

Scarlett's Purchase Interest in Shopee E-commerce. Under the guidance of Mr. H. Miswan,

SE, M Si.

This research aims to analyze the effect of live shopping videos on Scarlett's purchase interest in Shopee e-commerce. The background of the research is based on technological

developments that change purchase and selling transactions. Previously still done conventionally, now it is done through e-commerce. This change encourages business people to be able to continue to innovate following existing developments. Live shopping

video is a feature that is currently a trend to be used in e-commerce. This feature will more

or less affect purchase interest. The main objectives of this study include; 1. To analyze consumer assessments of Live Shopping videos in E-commerce shopee; 2. To analyze consumer purchase interest in Scarlett products in E-commerce Shopee; 3. To analyze the

effect of Live Shopping videos on purchase interest in Scarlett products in E-commerce Shopee. To obtain the data needed in the study, a questionnaire was distributed. The sampling technique used is the Purposive sampling method. There are two main criteria for

the sample, namely shopee e-commerce users who have watched live shopping videos and

are 17 years old. There are 107 respondents who fall into these criteria. The results of data

processing from the questionnaire will be analyzed through quantitative descriptive analysis

and inferential analysis. The results of the analysis obtained; 1. Consumer assessment of live

shopping videos in shopee e-commerce is in the Very Good category; 2. Purchase interest

in Scarlett products in E-commerce Shopee is dominated by Transactional Interest; 3. There

is an influence of live shopping videos on purchase interest in scarlett products in shopee e-

commerce.

Keyword : Purchase interest, Scarlett, live shopping videos