

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang. Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Apakah *Live Streaming* tiktok berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Laptop Injeksi Kupang, Apakah gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming* tiktok terhadap keputusan pembelian Laptop Asus pada Toko Laptop Injeksi Kupang, untuk mengetahui gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Laptop Injeksi Kupang.

Live streaming adalah proses penyiaran video dan audio secara langsung melalui jaringan internet secara real-time. Menurut Ballew, Bellma, and Stanton (2013) dalam buku "*Integrated Marketing Communication*", *Live streaming* memungkinkan komunikasi dua arah secara langsung antara penyiar dan audiens, yang membuatnya sangat efektif dalam membangun keterlibatan.

Sementara itu, menurut Sjoblom & Hamaria (2017) dalam jurnal "*Why do people watch others play video games*" *Live streaming* adalah bentuk konten digital yang menyatukan hiburan, interaktivitas, dan komunitas sosial dalam satu platform.

Menurut Fathurrohman, dkk., (2023) *live streaming* merupakan gabungan beberapa elemen seperti teks, gambar, suara, dan ekspresi lainnya ke dalam siaran, supaya suasana dan siaran langsung yang dilakukan terasa lebih intuitif, jelas, lebih nyata dan lebih berinteraksi terhadap penonton yang dalam hal ini adalah konsumen yang akan membeli produk. Sama halnya dengan Sahnassari & Jumino (2019) yang menyatakan bahwa *live streaming* meliputi ide gabungan dari suara dan video yang disiarkan secara langsung saat itu juga dan bersifat interaktif.

Menurut Tjiptono (2015) keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh konsumen mulai dari pra-pembelian, konsumsi, hingga evaluasi purnabeli. Dalam tahap pra-pembelian, konsumen akan mengidentifikasi kebutuhannya terlebih dulu, kemudian mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli, dan mengevaluasi alternatif merek atau produk lain. Tahap konsumsi adalah tahap di mana konsumen sudah melakukan pembelian dan menggunakan produk atau jasa pilihannya. Lalu pada tahap evaluasi purnabeli, konsumen akan meneliti kembali apakah keputusannya untuk membeli produk atau jasa pilihannya sudah tepat.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang pernah beli /membeli di toko laptop Injeksi kupang. Kemudian karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional.

menghasilkan 96 orang jumlah responden pembeli yang biasa atau pernah berbelanja di Toko Laptop Injeksi Kupang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui googleform. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *Live Streaming* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 62,7– 61,7. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 190,0 dan nilai rata-rata indeks 63,3 berada dalam kategori sedang. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel gratis ongkir diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 57,0– 69,1 Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 189,6 dan nilai rata-rata indeks 63,2 berada dalam kategori sedang.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda regresi sebesar 10,473 sedangkan koefisien regresi $b_1 = 0,312$ dan $b_2 = 0,869$. Dengan demikian persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,473 + 0,312X_1 + 0,869X_2$$

Persamaan regresi linear berganda ini dapat diartikan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 10,473 artinya jika nilai *Live Streaming* (X_1), *Gratis ongkir* (X_2) sama dengan nol, maka Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 10,473 satuan.

Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,312 artinya jika nilai *Live Streaming* (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,312 satuan.

Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,869 artinya jika *Gratis Ongkos Kirim* (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,869. satuan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut : Dengan diketahui bahwa variabel *Live Streaming* yang dilakukan penjual di toko Laptop Injeksi kupang di kategorikan sedang dan terlihat bahwa semua indikator variabel *Live Streaming* mendapatkan respon yang sedang maka hal ini perlu di tingkatkan dalam menyelesaikan variabel *Live Streaming* dengan menampilkan produk secara jelas, memberikan penawaran khusus, merespon pertanyaan secara langsung, dan membangun kedekatan dengan audiens, maka rasa percaya konsumen semakin tinggi. Kepercayaan inilah yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Dengan diketahui bahwa variabel *gratis ongkos kirim* di toko Laptop Injeksi Kupang kategorikan sedang dan terlihat bahwa semua indikator variabel *gratis ongkos kirim* mendapatkan respon yang sedang maka hal ini perlu di tingkatkan. Bagi peneliti selanjutnya, di sarankan agar meneliti lebih jauh tentang

gratis variabel ongkos kirim pada indikator keterjangkauan gratis ongkir, karena memiliki nilai indeks dalam sedang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada Toko Laptop Injeksi Kupang secara parsial gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada Toko Laptop Injeksi Kupang dan secara simultan Live Streaming dan gratis ongkos kirim berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Laptop Injeksi Kupang.

Kata Kunci : *Live Streaming* Tiktok, Gratis Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian Laptop Asus.