

HALAMAN MOTTO

“Tidak masalah apabila Anda berjalan lambat, asalkan Anda tidak pernah berhenti berusaha”. – Confucius



HALAM PERSEMBAHAN

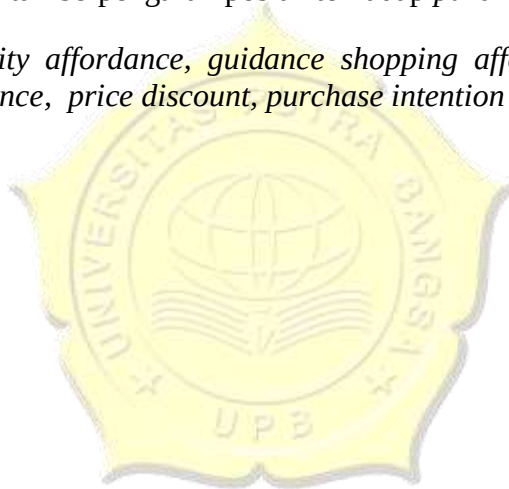
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sumarso dan Ibu Ris Siswaningsih atas doa dan dukungannya diberbagai aspek.
2. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Kakak saya Surya Risdiansdi yang telah mendukung saya.
4. Rissa F yang telah mensupport diberbagai aspek.
5. Azzahra, Arifah, Hilda, Endah dan teman-teman satu bimbingan lainnya yang telah memberikan energi positif dan dukungan dalam mengerjakan skripsi.
6. Teman-teman lainnya yang telah memberikan pencerahan dari keluhan kesah skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan MJRD yang bertekad kuat untuk lulus dan wisuda.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *visibility affordance*, *guidance shopping affordance*, *metavoicing affordance*, dan *price discount* terhadap *purchase intention* pada live streaming TikTok. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen pengguna aplikasi TikTok. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu dalam pengolahan data menggunakan SPSS for Windows version 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *visibility affordance* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, (2) *Guidance shopping affordance* tidak berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, (3) *metavoicing affordance* tidak berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, (4) *price discount* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*. (5) *visibility affordance*, *guidance shopping affordance*, *metavoicing affordance*, dan *price discount* secara simultan berpengaruh positif terhadap *purchase intention*.

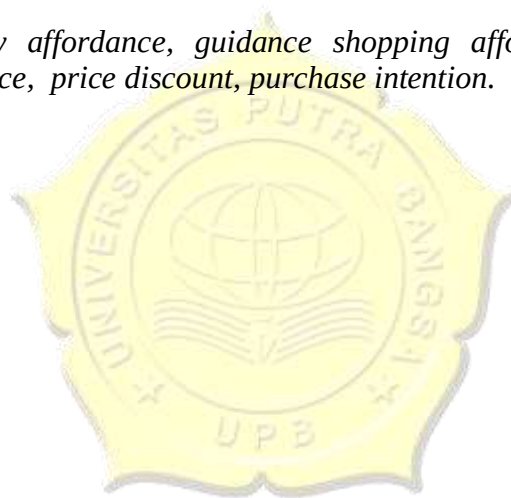
Kata kunci: *visibility affordance*, *guidance shopping affordance*, *metavoicing affordance*, *price discount*, *purchase intention*



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of visibility affordance, guidance shopping affordance, metavoicing affordance, and price discount on purchase intention in TikTok live streaming. The population in this study consists of TikTok users from Kebumen. Data collection was conducted using a questionnaire. The data analysis techniques used include validity and reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, simultaneous testing, and coefficient of determination testing. The data processing tool used was SPSS for Windows version 25.0. The results of this study show that: (1) visibility affordance has a positive effect on purchase intention, (2) guidance shopping affordance does not have a positive effect on purchase intention, (3) metavoicing affordance does not have a positive effect on purchase intention, (4) price discount has a positive effect on purchase intention, and (5) visibility affordance, guidance shopping affordance, metavoicing affordance, and price discount simultaneously have a positive effect on purchase intention.

Keywords: *visibility affordance, guidance shopping affordance, metavoicing affordance, price discount, purchase intention.*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *VISIBILITY AFFORDANCE, GUIDANCE SHOPPING AFFORDANCE, METAVOICING AFFORDANCE, DAN PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *LIVE STREAMING TIKTOK* (Studi pada Masyarakat Kebumen)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata -1 pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Selama penyusunan skripsi ini penulis menerima bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E.,M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua tercinta Bapak Sumarso dan Ibu Ris Siswaningsih atas doa dan dukungannya.
5. Keluarga dan teman-teman atas doa dan dukungannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. <i>Purchase Intention</i>	15
2.1.2. <i>Affordance Lens</i>	20
2.1.3. <i>Visibility Affordance</i>	22
2.1.4. <i>Guidance Shopping Affordance</i>	23
2.1.5. <i>Metavoicing Affordance</i>	25
2.1.6. <i>Price Discount</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4. Model Empiris	41
2.5. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	43

3.1.1.	Objek Penelitian.....	43
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	43
3.2.	Variabel Penelitian	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel	44
3.3.1.	Variabel Dependen.....	44
3.3.2.	Variabel Independen	45
3.4.	Instrumen dan Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1.	Jenis Data	51
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Populasi dan Sampel.....	53
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	53
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	53
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.7.	Teknik Analisis.....	54
3.7.1.	Analisis Deskriptif	55
3.7.2.	Analisis Kuantitatif	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Gambaran Umum	64
4.2.	Analisis Deskriptif.....	67
4.3.	Analisis Kuantitatif.....	71
4.4.	Pembahasan	85
BAB V SIMPULAN		91
5.1.	Simpulan.....	91
5.2.	Keterbatasan	92
5.3.	Implikasi	93
5.3.1.	Implikasi Praktis.....	93
5.3.2.	Implikasi Teoritis	94
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Purchase Intention</i>	45
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Visibility Affordance</i>	46
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Guidance Shopping Affordance</i> ...	47
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Metavoicing Affordance</i>	48
Tabel III-5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Price Discount</i>	49
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
Tabel IV-5 Karakteristik Responen Berdasarkan Status Perkawinan.....	70
Tabel IV-6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	72
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel <i>Visibility Affordance</i>	72
Tabel IV-9 Uji Validitas Variabel <i>Guidance Shopping Affordance</i>	73
Tabel IV-10 Uji Validitas Variabel <i>Metavoicing Affordance</i>	73
Tabel IV-11 Uji Validitas Variabel <i>Price Discount</i>	74
Tabel IV-12 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel IV-13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel IV-14 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel IV-15 Hasil Uji Heterokedstisitas	78
Tabel IV-16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel IV-17 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	82
Tabel IV-18 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	84
Tabel IV-19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	41
--------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Data Responden.....	109
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	112
Lampiran 4 Uji Validitas.....	117
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	122
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 7 Regresi Linear Berganda	125
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	126
Lampiran 9 Tabel r.....	127
Lampiran 10 Tabel t.....	129
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Skripsi.....	132
Lampiran 12 Kartu Peserta Seminar	133

