

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah swt. Yang senantiasa memberikan Rahmat dan hidayah kepada umatnya, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala hormat dan penuh rasa beryukur yang amat dalam, saya persembahkan skripsi ini kepada:

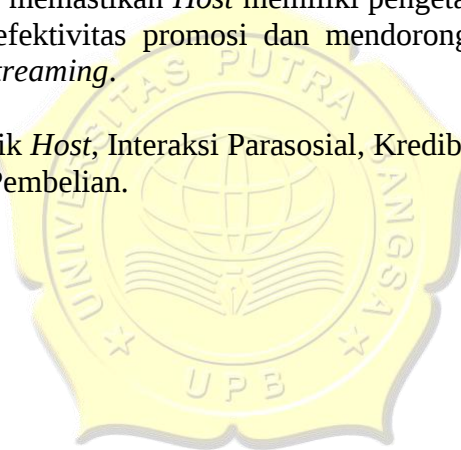
1. Kedua orang tua saya, pahlawan tanpa tanda jasa dalam hidupku. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah terputus, serta kasih sayang yang tak pernah surut. Segala pencapaian ini tak akan pernah ada tanpa restu dan ridha kalian. (Bapak Akhmad Mulyani dan Ibu Siti Sularsih).
2. Kepada Bapak Yordan Hermawan Apidana, S.E., M.M selaku dosen pembimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini, Saya ucapkan terima kasih dari hati saya yang paling tulus, atas bimbingan dan saran yang bapak berikan kepada saya, sehingga saya dapat menyusun skripsi ini.
3. Kakak dan adik tersayang, yang selalu setia memberikan dukungan, semangat, dan tawa yang menghangatkan hati. Kehadiran kalian menjadi penguat di kala lelah, menjadi penghibur di kala sedih, dan menjadi penyemangat di kala ragu. (Anas dan Luthfi).
4. Sahabat dan teman yang selalu ada di setiap langkah, berbagi tawa, cerita, dan perjuangan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan pengertian yang membuat perjalanan ini lebih indah dan bermakna. (Fardani, Kevin, Syafiq, Rizki, dll).
5. Seseorang yang istimewa, yang hadir membawa cahaya semangat di kala langkah terasa berat. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan doa yang tak pernah lelah kau titipkan. Kehadiranmu adalah pengingat bahwa setiap perjalanan akan lebih indah ketika dilalui dengan keikhlasan dan saling menguatkan. (Nidaussa'adah, S.H.).

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi saya dan orang lain kedepannya, saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik *Host* Shopee *Live Streaming*, interaksi parasosial, kredibilitas *Host*, dan komunikasi persuasif terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS 3.0. Populasi penelitian adalah pengguna Shopee yang pernah menonton dan melakukan pembelian melalui Shopee *Live Streaming*, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik *Host*, interaksi parasosial, kredibilitas *Host*, dan komunikasi persuasif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel dengan pengaruh paling dominan adalah (isi sesuai hasil pengujian, misalnya: kredibilitas *Host* atau daya tarik *Host*). Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor personal dan interaksi *Host* dalam *live streaming* menjadi kunci dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya penjual dan pemasar memerhatikan aspek penampilan, interaksi, dan kredibilitas *Host*, serta memastikan *Host* memiliki pengetahuan produk yang baik untuk meningkatkan efektivitas promosi dan mendorong keputusan pembelian melalui Shopee *Live Streaming*.

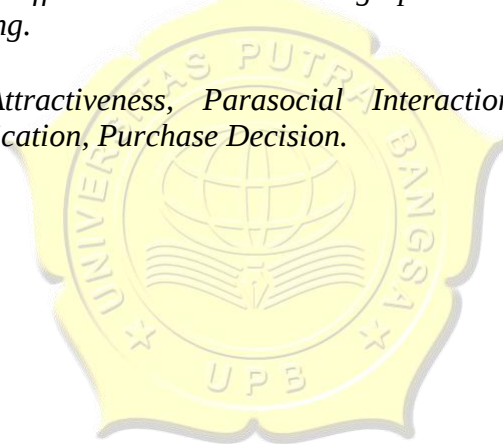
Kata kunci: Daya Tarik *Host*, Interaksi Parasosial, Kredibilitas *Host*, Komunikasi Persuasif, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Shopee Live Streaming Host attractiveness, parasocial interactions, Host credibility, and persuasive communication on consumer purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using SmartPLS 3.0 software. The study population was Shopee users who had watched and made purchases through Shopee Live Streaming, with a sample of 150 respondents selected using a purposive sampling technique. The results showed that Host attractiveness, parasocial interactions, Host credibility, and persuasive communication had a positive and significant influence on purchasing decisions. The variable with the most dominant influence was (content according to test results, for example: Host credibility or Host attractiveness). This finding indicates that personal factors and Host interactions in live streaming are key in shaping consumer purchasing decisions. The implication of this study is the need for sellers and marketers to pay attention to aspects of Host appearance, interaction, and credibility, and ensure Hosts have good product knowledge to increase promotional effectiveness and encourage purchasing decisions through Shopee Live Streaming.

Keywords: Host Attractiveness, Parasocial Interaction, Host Credibility, Persuasive Communication, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Komunikasi Persuasif, Kredibilitas, Daya Tarik, dan Interaksi Parasosial *Host* pada *Shopee Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian Jas Hujan UMKM Gravity Kebumen" yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata 1 (S-1) Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa.

Penulisan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan penelitian skripsi. Pada proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Yordan Hermawan Apidana, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing yang selalu senantiasa memberikan saran dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua, saudara dan kerabat yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan motivasi.
4. Dosen prodi bisnis digital yang telah memberikan usahanya dalam mengajarkan ilmu tentang digital marketing.
5. Sahabat dan teman seperjuangan yang senantiasa memberikan saran dan dukungan pada saat kuliah.
6. Seseorang yang istimewa, yang selalu memberikan doa, semangat, dan pengertian, serta menjadi penyemangat dalam menyelesaikan perjalanan ini.
7. Kepada berbagai pihak yang ikut berperan dalam membantu, motivasi dan saran, yang tidak bisa penulis sebut semuanya.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk hal tersebut penulis dapat menerima apabila ada kritik dan saran dari pihak manapun. Diharapkan skripsi ini bermanfaat bagi saya dan juga orang lain yang membacanya.

Kebumen, 12 Agustus 2025

Penulis,

Roikhan

NIM. 210100198



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Teori	18
2.1.1 Komunikasi Persuasif	18
2.1.2 Kredibilitas <i>Host</i>	22
2.1.3 Daya Tarik <i>Host</i>	25
2.1.4 Interaksi Parasosial.....	28
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	38
2.4 Model Empiris.....	41
2.5 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	44

3.2	Variabel Penelitian	44
3.3	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	48
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Populasi dan Sampel	49
3.6	Skala Pengukuran Variabel	50
3.7	Teknik analisis.....	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.	Analisis Statistik.....	61
4.2.1	Uji Validitas dan Reabilitas	61
4.2.2	Evaluasi Model Struktural	67
4.2.3	Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model	71
4.3	Pembahasan	75
4.3.1	Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Keputusan Pembelian..	75
4.3.2	Pengaruh Kredibilitas terhadap Keputusan Pembelian	77
4.3.3	Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.3.4	Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.3.5	Pengaruh Keempat variabel Independen secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	83
BAB V SIMPULAN		85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Keterbatasan	87
5.3	Implikasi	88
5.3.1	Implikasi Teoritis	88
5.3.2	Implikasi Praktis	91
5.4	Saran	94
5.4.1	Komunikasi Persuasif	94
5.4.2	Kredibilitas <i>Host</i>	94
5.4.3	Daya Tarik <i>Host</i>	94
5.4.4	Interaksi Parasosial.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III- 1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel III- 2 Definisi Operasional Variabel	52
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden	58
Tabel IV- 2 Evaluasi Model Pengukuran.....	61
Tabel IV- 3 <i>Fornell Lacker Criterion</i>	63
Tabel IV- 4 <i>Cross Loading</i>	64
Tabel IV- 5 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation</i>	66
Tabel IV- 6 Inner VIF	67
Tabel IV- 7 Hasil Pengujian Bootstrapping <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	69
Tabel IV- 8 Uji <i>R-Square</i>	72
Tabel IV- 9 Uji <i>Q-Square</i>	73
Tabel IV- 10 Uji <i>PLS Predict</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Platform Untuk Belanja Online	4
Gambar II- 1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar IV- 1 Diagram <i>Path Coefficient</i> dan <i>P-Value</i>	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	100
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner dan Data Responden.....	103
Lampiran 3 Penyusunan Model Penelitian	114
Lampiran 4 PLS-SEM Algorithm	115
Lampiran 5 Boostroping.....	120
Lampiran 6 PLS Predict	121
Lampiran 7 Kartu Seminar Proposal.....	122
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Skripsi.....	123

