

**PENDEKATAN *LIVE COMMERCE* TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN: TPB PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**PUTRI ANASTASIA**

**202010160311288**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENDEKATAN LIVE COMMERCE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN: TPB PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE

Oleh:

Putri Anastasia  
202010160311288

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 28 September 2024

Pembimbing I,

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Pembimbing II,

Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENDEKATAN LIVE COMMERCE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN: TPB PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Putri Anastasia

NIM : 202010160311288

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 September 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Pembimbing II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINILITAS

**Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:**

Nama : Putri Anastasia  
NIM : 202010160311288  
Program Studi : Manajemen  
e-mail : [ptrianstsya21@gmail.com](mailto:ptrianstsya21@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulis karya ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 09 September 2024

Yang membuat pernyataan,



Putri Anastasia

**PENDEKATAN *LIVE COMMERCE* TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN: TPB PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE**

**Putri Anastasia<sup>1</sup>, Rohmat Dwi Jatmiko<sup>2</sup>, Chalimatuz Sa'diyah<sup>3</sup>**

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

e-mail: [ptrianstsya21@gmail.com](mailto:ptrianstsya21@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat pembelian, serta menguji pengaruh niat pembelian terhadap perilaku pembelian. Data dikumpulkan melalui survey terhadap 246 responden yang melakukan transaksi di *live commerce* Shopee dengan menggunakan *quota sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur dan menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat pembelian, dan niat pembelian berpengaruh terhadap perilaku pembelian.

**Kata Kunci:** Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Niat Pembelian, Perilaku Pembelian, *Live Commerce* Shopee

***LIVE COMMERCE APPROACH TOWARDS BUYING BEHAVIOR: TPB ON  
SHOPEE MARKETPLACE USERS***

**Putri Anastasia<sup>1</sup>, Rohmat Dwi Jatmiko<sup>2</sup>, Chalimatuz Sa'diyah<sup>3</sup>**

*Management, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia*

e-mail: [ptrianstsya21@gmail.com](mailto:ptrianstsya21@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This research aims to examine the influence of attitudes, subjective norms, and behavioral control on purchasing intentions, as well as examining the influence of purchasing intentions on purchasing behavior. Data was collected through a survey of 246 respondents who made transactions on Shopee Live Commerce using quota sampling. The data analysis technique used is Path Analysis and shows that attitudes, subjective norms, and behavioral control influence purchasing intentions, and purchasing intentions influence purchasing behavior.*

**Keywords:** *Attitudes, Subjective Norms, Behavioral Control, Purchase Intentions, Purchase Behavior, Shopee Live Commerce*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pendekatan *Live Commerce* Terhadap Perilaku Pembelian: TPB Pada Pengguna *Marketplace* Shopee”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan derajat Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunannya, skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan, namun berkat bantuan banyak pihak termasuk dosen pembimbing, keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat di minimalisir. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dra. Triningsih Sri Supriyanti, M.P. selaku Dosen Wali Manajemen Kelas F Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia membimbing dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
6. Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing dua yang telah bersedia membimbing dan mengoreksi serta memberi petunjuk yang bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

8. Ayahanda Teddy Setiyawan, S.E. dan Ibunda Elizabeth Albertina Anna Kolmus, S.P. yang telah banyak memberikan doa, ridho, dukungan, dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Anam Fahmi Wahyudin, S.M. sebagai *partner* yang selalu memberi *support*, mendengarkan keluh kesah, membantu menyelesaikan masalah, serta memberikan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Novitrilia Ayu Irawati, S.E., M. Farhan Ditama, Mohd. Fajar Rahmatillah Al-Hussainie, Laily Khoiri Syafiya, Zahra Bintu Arisandy, dan teman-teman penulis baik dari kelas, organisasi, hingga Asisten Laboratorium Manajemen, saya ucapkan terima kasih atas dukungan, pengalaman, dan kerja sama selama di Universitas Muhammadiyah Malang maupun diluar dan penyelesaian skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat penulis persembahkan. Semoga segala yang telah mereka berikan kepada penulis tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai.

Malang, 09 September 2024

Penulis,

Putri Anastasia



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Landasan Teori .....	5
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	5
2.1.2. <i>Live Commerce</i> .....	10
2.2. Penelitian Terdahulu.....	12
2.3. Kerangka Konsep/Pikir atau Model Penelitian dan Hipotesis .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1. Jenis Desain Penelitian.....	19
3.2. Lokasi atau Obyek dan Waktu Penelitian.....	19

3.3.	Populasi, Sampel, dan Sampling .....	19
3.3.1.	Populasi .....	19
3.3.2.	Sampel .....	19
3.3.3.	Sampling .....	20
3.4.	Definisi Operasional Variabel .....	21
3.5.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.6.	Penskalaan Data .....	24
3.7.	Pengujian Instrumen .....	25
3.7.1.	Uji Instrumen Penelitian .....	25
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik .....	26
3.8.	Metode Analisis Data .....	27
3.8.1.	Rentang Skala .....	27
3.8.2.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	28
3.8.3.	Uji Hipotesis .....	28
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	30
4.2.	Hasil Penelitian .....	30
4.2.1.	Karakteristik Responden .....	31
4.2.2.	Uji Instrumen Penelitian .....	31
4.2.3.	Analisis Deskriptif .....	33
4.2.4.	Uji Asumsi Klasik .....	42
4.2.5.	Metode Analisis Data .....	46
4.2.6.	Uji Hipotesis .....	48
4.3.	Pembahasan .....	49
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>54</b>

5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	22
Tabel 3.2 Skala Likert .....	26
Tabel 3.3 Skor Rentang Skala .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	33
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Sikap .....	35
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Norma Subjektif.....	36
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kontrol Perilaku.....	38
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Niat Pembelian.....	40
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Perilaku Pembelian .....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorv-Smirnov</i> .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Rank Spearman</i> .....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Rank Spearman</i> .....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Jalur.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Jalur.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	6
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	16



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Lembar Jawaban 246 Responden .....	69
Lampiran 3. Hasil Olah Data .....	80



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zakarija, 2008. Theory of Planned Behavior, Artikel Dosen Fakultas Ekonomi UMM: zakarija.staff.umm.ac.id.
- Ajzen, I., (1985). In: Kuhl, En J., Beckmann, J. (Eds.), From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, Action Control. Springer Berlin Heidelberg, pp. 11-39.
- Ajzen, I., Netemeyer, R., Ryn, M. Van. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I (2002). Constructing A TPB questionnaire: conceptual and methodological considerations. September, 2002 (Revised January, 2006). On 15.08.2018 <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>, from address accessed.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In Lange et al. (Eds). *Handbook of Theories of Social Psychology* (pp. 438-459). London: Sage.
- Akram, M. S. (2018). Drivers and Barriers to Online Shopping in a Newly Digitalized Society. *TEM Journal*, 7(1), 118–127.
- Al-Swidi, A., Huque, S. M., Hafeez, M. H., & Shariff, M. N. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*, 116(10), 1561-1580.
- Aryani, D. N., Nair, R. K., Hoo, D. X. Y., Hung, D. K. M., Lim, D. H. R., Chandran, D. A. R., Chew, W. P., & Desai, A. (2021). A Study on Consumer Behaviour: Transition from Traditional Shopping to Online Shopping During the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(2), 81–95. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i2.1170>.
- Bagher, A.N., Salati, F., & Ghaffari, M. (2018). Factors affecting intention to purchase organic food products among iranian consumers. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22, 1.
- Bangun, C. S., & Handra, T. (2021). How Theory of Planned Behavior And Percieved Risk Affect Online Shopping Behavior. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 5(2), 169–179. <https://doi.org/10.33050/atm.v5i2.1594>.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior 9th*. South-Western Thomas Learning. Mason, OH.
- Boon, L.K., Fern, Y.S., & Way, A.H.K. (2021). Effects of Live Video Streaming Towards Online Purchase Intention. *INTERNATIONAL Journal of Industrial Management (IJIM)*. <https://doi.org/10.15282/ijim.11.1.2021.6546>.
- Che, W., Huang, Q., & Liu, S. (2023). The Impact of Live Commerce and Short Video on College Students' Actual Purchase. *The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/2022689>.

- Chua, A., Harn, P., Khatibi, A., and Ismail, I., "E-commerce: a study on online shopping in Malaysia," *Journal of Social Sciences*, vol. 13, pp. 231–242, 2006.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., and Miniard, P.W., "Consumer Behavior," Dryden Press, Chicago, IL, USA; New York, NY, USA, 6th edition, 1995.
- Gao, W., et al. (2018), "How does presence influence purchase intention in online shopping markets? An explanation based on self-determination theory", *Behaviour and Information Technology*, Vol. 37 No. 8, pp. 786-799.
- Garcia, P. N., Gil-Saura, I., Rodriguez-Orejuela, A., Siqueira-Junior, J.R. (2020). *Dataset Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach*, p. 1.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, R., Berkshire, S. D., Fulton, L. V., & Hermanson, P. M. (2017). Predicting intention to use evidencebased management among U.S. healthcare administrators: Application of the theory of planned behavior and structural equation modeling. *International Journal of Healthcare Management*. <https://doi.org/10.1080/20479700.2017.1336856>.
- Han, H., Hsu, L. T. (Jane), & Lee, J. S. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decisionmaking process. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 519–528.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Drivers of customer decision to visit an environmentally responsible museum: merging the theory of planned behavior and norm activation theory. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2017.1304317>.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 9(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*.
- Kaplan, H. E. (2018). Factors Determining E-Consumer Behavior: An Empirical Research on the Theory of Planned Behavior (TPB). *International Review of Management and Business Research*, 7(3), 699–711. [https://doi.org/10.30543/7-3\(2018\)-6](https://doi.org/10.30543/7-3(2018)-6).
- Kumar, S., & Permatasari, D. (2021). Factor influencing online shopping behavior through e-commerce: an extension of TPB with perceived enjoyment and trust. In *Proceeding of the International Conference on Family Business and Entrepreneurship* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.33021/icfbc.v2i1.3566>.



- Kotler, P. & Armstrong, G. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Lim, Y. J., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R., & Abdullah, S. (2016). Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of Purchase Intention. *International Economics & Business Management Conference*.
- Made, N.D.R.Y., Oktaviani, P.N., & Made, I.S.Y. (2021). Perilaku Pembelian Kosmetik Secara Online Selama Pandemi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* (Vol. 4, No. 2).
- Maharani, N. P. J., Muhamad Evan Hoediansyah, Yolana Salsabilla, & Muhamad Fauzan Siswantoro. (2022). Analisis Perilaku Mahasiswa Dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok Menggunakan Theory of Planned Behavior. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.33005/sitasi.v2i1.270>.
- Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*, 238–242.
- Ming, J., Jianqiu, Z., Bilal, M., Akram, U., & Fan, M. (2021). How social presence influences impulse buying behavior in live streaming commerce? The role of SOR theory. *International Journal of Web Information Systems*.
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). *Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions* (Vol. 12, Issue 2). <https://ejournal.stiesyariah bengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna>.
- Naeini, E.P., Dixon, H., Agarwal, Y., & Cranor, L. F. (2019). Exploring how privacy and security factor into IoT device purchase behavior. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, Paper 534, 1-12. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300764>.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>.
- Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang). *Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–17.
- Qi, X., & Ploeger, A. (2019). Explaining consumers' intentions towards purchasing green food in Qingdao, China: The amendment and extension of the theory of planned behavior. *Appetite*, 133, 414–422. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.12.004>.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).

- Rahma, N.A., Dirgantara, I.M.B., & Almadana, A.V. (2022). Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan Dan Live Commerce Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan Marketplace Shopee di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*.
- Riyanto, S. & Hermawan, A.A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Siringoringo, H. (2004). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 125–137.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Suratno, Rosmiati, & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya, dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1>.
- Sutisna, F., & Handra, T. (2022). Theory of Planned Behavior Influences Online Shopping Behavior. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 52–61. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i1.1691>.
- Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Tang, H., Rasool, Z., Khan, M. A., Khan, A. I., Khan, F., Ali, H., Khan, A. A., & Abbas, S. A. (2021). Factors Affecting E-Shopping Behaviour: Application of Theory of Planned Behaviour. *Behavioural Neurology*, 2021. <https://doi.org/10.1155/2021/1664377>.
- Tonglet, M., Phillips, P.S., Read, A.D., 2024. Using the Theory of Planned Behaviour to investigate the determinants of recycling behaviour: a case study from Brixworth, UK. *Resour. Conserve. Recycle*. 41 (3), 191-214.
- Wongsunopparat, Sumas, and Binmei Deng. 2021. —Factors Influencing Purchase Decision of Chinese Consumer under Live Streaming E-Commerce Model. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development* 9 (2): 1–15. <https://doi.org/10.15640/jsbed.v9n2a1>.
- Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Dalam Menentukan Harga Jual. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 311–317.

- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9.
- Zhang, M., Liu, Y., Wang, Y., & Zhao, L. (2022). How to retain customers: Understanding the role of trust in live streaming commerce with a socio-technical perspective. *Computers in Human Behavior*, 127, 107052.





## Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

### Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 7/9/2024

Kode : 2447061793

Nama : PUTRI ANASTASIA

NIM : 202010160311288

Prodi : Manajemen

Naskah publikasi : LULUS

Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M