

**PENGARUH TERPAAN FITUR SHOPEE *LIVE STREAMING* TERHADAP
FREKUENSI PEMBELIAN PADA SISWA MAN DI KOTA MALANG
(Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar (S-1) Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

Isnaini Lubanah Nur Mufidah

NIM : 202110040311282

Dosen Pembimbing :

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN FITUR SHOPEE LIVE STREAMING TERHADAP
FREKUENSI PEMBELIAN PADA SISWA MAN DI KOTA MALANG
(Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)**

Diajukan Oleh :

ISNAINI LUBANAH NUR MUFIDAH

202110040311282

Telah disetujui

Rabu / 8 Januari 2025

Pembimbing I



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D

Wakil Dekan I



Abdul Muhsin Saifur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Isnaini Lubanah Nur Mufidah

202110040311282

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 8 Januari 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Zen Amirudin, M.Med.Kom ()
2. Novin Farid Styo Wibowo, M.Si ()
3. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : ISNAINI LUBANAH NUR MUFIDAH
NIM : 202110040311282
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini:

Nama : Isnaini Lubanah Nur Mufidah
NIM : 202110040311282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
PENGARUH TERPAAN FITUR SHOPEE LIVE STREAMING TERHADAP FREKUENSI
PEMBELIAN PADA SISWA MAN DI KOTA MALANG
(Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Isnaini Lubanah Nur Mufidah



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMMXII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Isnaini Lubanah Nur Mufidah
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311282
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 17 Desember 2024

Dosen Pembimbing

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/XII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Isnaini Lubanah Nur Mufidah
NIM : 202110040311282
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 7 tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 17 Desember 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

PENGARUH TERPAAN FITUR SHOPEE LIVE STREAMING TERHADAP FREKUENSI PEMBELIAN PADA SISWA MAN DI KOTA MALANG

(Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)

Oleh:

Nama : Isnaini Lubanah Nur Mufidah

NIM : 202110040311282

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 17 Desember 2024

Pembimbing I/Promotor

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

NIP. 10387090041



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : isnaini Lubanah Nur M

NIM : 202110090311282

Hasil Plagiasi: ^{19/12} ^{19/12}

BAB I	6			
BAB II	14			
BAB III	39	18		

^{19/12} ^{19/12}

BAB IV	7			
BAB V	23	12		
BAB VI				

Malang, 19 Desember 2024

Admin Plagiasi Prodi,



M. Dasuki

CS Dipindai dengan CamScanner



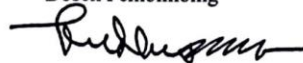
BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)
Hasil Penelitian Oleh : Isnaini Lubanah Nur Mufidah
NIM : 202110040311282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada/Tanggal : Jum'at, 13 Desember 2024
Pelaksanaan : Zoom Meeting

No	Nama	Asal Instansi	NIM	Jurusan
1	Ayu Mutia Safitri	UMM	202110040311295	Ilmu Komunikasi
2	Shafa Tania Kamilah	UMM	202110040311306	Ilmu Komunikasi
3	Sabrina Hanum Sabita	UMM	202110230311556	Psikologi
4	Lollyta Anjanarko	UMM	202110040311277	Ilmu Komunikasi
5	Zahda Aulia Efendi	UMM	202110040311281	Ilmu Komunikasi
6	Restu Asri Diva Nurzahra	UMM	202110040311316	Ilmu Komunikasi
7	Hanif Uswatun Hasanah	UMM	202010040311345	Ilmu Komunikasi
8	Annastasya Meyzsa Mulyono	UMM	202010040311558	Ilmu Komunikasi
9	Rizky Aulia Rahmadiyah	UMM	202010170311188	Akuntansi
10	Sabrina Zedy Ellysa Putri	UMM	202010040311368	Ilmu Komunikasi
11	Erza Yuli Hayanti Anwar	Instansi Lain	2042014011	Bimbingan dan Konseling Islam
12	Felycia Yura Arillia	UMM	202010040311509	Ilmu Komunikasi
13	Kinanthi Sabila	Instansi Lain	-	Manajemen
14	Achmad Muzayyin Efendi	UMM	202010040311524	Ilmu Komunikasi
15	Meshi Rachmadhiwa Wirasto	UMM	202010040311327	Ilmu Komunikasi
16	Dinda Oktavia	UMM	202010040311609	Ilmu Komunikasi
17	Denova Viona Elly	Instansi Lain	225110500111047	Pendidikan Bahasa Inggris
18	Afrinda Galuh Oktavira	UMM	202010040311293	Ilmu Komunikasi
19	Siti Nur Kholifah	UMM	202010040311068	Ilmu Komunikasi

Mengetahui,
Malang, 14 Desember 2024
Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Dosen Penguji 1



Zen Amirudin, S.Sos, M.Med.Kom

Kepala Program Studi
Ilmu Komunikasi










Nasrullah, S.Sos, M. Si

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

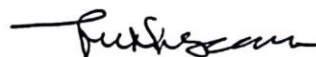
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Isnaini Lubanah Nur Mufidah
NIM : 202110040311282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)
Dosen Pembimbing : Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
9 Maret 2024	Bimbingan ACC pengajuan judul dan penulisan proposal	
23 Maret 2024	ACC Proposal Skripsi	
29 Mei 2024	ACC Seminar Proposal	
1 Oktober 2024	Revisi Proposal Skripsi dan pembuatan instrumen penelitian	
2 November 2024	ACC instrumen penelitian	
14 November 2024	ACC Bab 4-5	
29 November 2024	ACC Seminar Hasil	

Malang, 14 Desember 2024

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

ABSTRAK

ABSTRAK

Isnaini Lubanah Nur Mufidah. 202110040311282. Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Perkembangan teknologi di era modern telah mengubah perilaku konsumen dari pembelian langsung di toko menjadi pembelian *online*. Berdasarkan perkembangan teknologi digital saat ini, pemasaran telah mengalami transformasi yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda atau Gen Z yang semakin dimudahkan dengan teknologi. Platform *e-commerce* Shopee memiliki fitur *live streaming*, dimana penjual mengenalkan produknya secara *real-time*. *Live streaming* digunakan sebagai alat pemasaran dan promosi produk, karena memiliki banyak keunggulan dalam menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan fitur Shopee Live *streaming* terhadap frekuensi pembelian pada siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa MAN 2 Kota Malang). Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dari aspek *marketing mix* (*product, price, place, promotion*). Teori ini menyatakan bahwa aspek *4p marketing mix* berguna untuk menilai terkait terpaan fitur Shopee Live terhadap frekuensi pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data yang diperoleh melalui metode survei penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah siswa MAN di Kota Malang (MAN 2 Kota Malang) sebanyak 100 siswa yang dihasilkan melalui rumus slovin. Hasil uji regresi linear sederhana yaitu $Y = 12.440 + 0.801x$ yang berarti bahwa apabila variabel Terpaan Fitur Shopee Live *Streaming* (X) bertambah, maka variabel Frekuensi Pembelian (Y) meningkat 0,081. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live *Streaming* terhadap Frekuensi Pembelian sebesar 55%, sedangkan 45% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel terpaan fitur Shopee Live. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Terpaan Fitur Shopee Live terhadap Frekuensi Pembelian

Kata Kunci : Terpaan, Shopee Live, Frekuensi Pembelian

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Malang, 17 Desember 2024

Peneliti



Isnaini Lubanah Nur Mufidah

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Pada skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live *Streaming* Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang (Studi Pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang)” ini penulis membahas mengenai ada tidaknya Pengaruh Terpaan Fitur Shopee Live *Streaming* Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Siswa MAN di Kota Malang, tulisan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada :

1. Pertama-tama tentunya peneliti mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena telah diberikan kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
2. Berterimakasih pada diri sendiri, apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini. Terimakasih sudah tetap sudah bertahan sampai sejauh ini, berusaha menahan rasa malas dan *mood* yang mudah berubah untuk terus berproses dalam penyusunan skripsi ini. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, I know there are more great ones but i'm proud of this achievement.*
3. Bapak Sukiyo dan Ibu Nur Laila, selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan untuk anaknya sehingga dapat menyelesaikan skripsinya dengan baik dan tepat pada waktunya.
4. Wahidah Nur Rahmahidayah, selaku kakak satu-satunya dari penulis yang senantiasa menemani penulis dalam mengerjakan skripsi dan membantu untuk penyusunan skripsi ini, meskipun sudah berkeluarga dan terpisahkan oleh jarak Malang – Lampung.

5. Kayesa Bhanurasmi Astagina Saputra, selaku anak dari kakak penulis yang telah memberikan senyum hangat dan tawa ceria pada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Bapak Nasrullah, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Malang.
9. Bapak Budi Suprpto, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, saran, dan juga sabar membimbing disetiap bimbingan untuk proses penyelesaian skripsi.
10. Siswa-siswi MAN 2 Kota Malang yang telah menjadi subjek penulis dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.
11. Teman-teman penulis : Sabrina Hanum Sabita, Shafa Tania Kamilah, Restu Asri Diva, Lollyta Anjanarko, Zahda Aulia Efendi, dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa mendoakan, menyemangati, menghibur dan membantu serta menemani penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari segi substansi maupun tata bahasa. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan dengan harapan sebagai masukan dalam perbaikan karya ini. Akhirnya, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Malang, 16 Desember 2024

Penulis,



Isnaini Lubanah Nur Mufidah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSYARATAN KARYA ASLI	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	v
SURAT KETERANGAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
Secara Teoritis	10
Secara Praktis	10

BAB II KERANGKA TEORI.....	12
2.1 Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3 Terpaan fitur Shopee live streaming	14
2.4 Frekuensi Pembelian	15
2.5 Shopee Live	17
2.6 Pengaruh X terhadap Y	18
2.7 Hipotesis	18
2.8 Penelitian Terdahulu	19
2.9 Definisi Konsep	22
2.10 Definisi Operasional	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Ruang Lingkup, Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel	28
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Instrumen Penelitian	31
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.1 Uji Reliabilitas	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Uji Hipotesis	37
3.7.1 Uji Koefisien Korelasi	37
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi	38
3.7.3 Uji T	38
3.7.4 Uji F	39
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.1 Uji Normalitas	39
3.8.1 Uji Linearitas	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	40
4.2 Deskripsi Umum Subjek Penelitian	43
4.3 Identitas Responden	43
4.4 Analisis Statistik Deskriptif	45
4.5 Hasil Dimensi Terpaan Fitur Shopee Live (Variabel X)	45
4.6 Hasil Dimensi Frekuensi Pembelian (Variabel Y).....	49
4.7 Hasil Uji Normalitas	53
4.8 Hasil Uji Linearitas	54
4.9 Pengaruh Antara Variabel (X) Terhadap variabel (Y).....	55
4.10 Pembahasan dan Diskusi Teori.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir	24
Tabel 2.2 Operasional Variabel	25
Tabel 3.1 Jumlah siswa MAN di Kota Malang	28
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Instrumen (Uji Validitas).....	34
Tabel 3.4 Nilai Cronbach Alpha.....	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Instrumen (Uji Reliabilitas)	36
Tabel 3. 6 Keterangan Skala Likert.....	37
Tabel 3. 7 Nilai Interval Korelasi	38
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Kelas	44
Tabel 4.4 Interval Penilaian Analisis Deskriptif	45
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Terpaan Fitur Shopee Live	46
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden pada dimensi frekuensi	47
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden pada dimensi durasi	47
Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden pada dimensi intensitas	48
Tabel 4.9 Hasil Keseluruhan Pada Variabel Terpaan Fitur Shopee Live.....	49
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Frekuensi Pembelian	49
Tabel 4.11 Distribusi jawaban responden pada dimensi efek kognitif.....	50
Tabel 4.12 Distribusi jawaban responden pada indikator efek afektif.....	51
Tabel 4.13 Distribusi jawaban responden pada indikator efek konatif	52
Tabel 4.14 Hasil Keseluruhan Pada Variabel Frekuensi Pembelian	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.18 Keterangan Tingkatan Interval Koefisien	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.20 Pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y)	57

Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T) 58
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)..... 58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengunjung e-commerce terbanyak di Indonesia pada tahun 2023	3
Gambar 1.2 Grafik jumlah pengunjung Shopee terbanyak di Indonesia pada tahun 2023	5
Gambar 1.3 Grafik platform live shopping terpopuler di Indonesia tahun 2024	4
Gambar 1.4 Proporsi Responden Gen Z dan Milenial dalam pemilihan <i>e-commerce</i> yang digunakan (Maret 2024).....	6
Gambar 3.1 Rumus Slovin dan Keterangan Rumus Slovin	29
Gambar 3.2 Rumus Uji Validitas	33
Gambar 3.3 Rumus Uji Reliabilitas.....	35
Gambar 3.4 Rumus Regresi linear Sederhana.....	37
Gambar 4.1 Logo Shopee	40
Gambar 4.2 Aplikasi Shopee di Play Store	40
Gambar 4.3 Tampilan Review Pengguna Aplikasi Shopee.....	41
Gambar 4.4 Tampilan Shopee Live.....	42
Gambar 4.5 Plot Sebaran Data Residual	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuensioner Penelitian	70
Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden	74
Lampiran 3 : Output SPSS V.26	81
Lampiran 4 : Tabel Uji T.....	96
Lampiran 5 : Tabel Uji R	97
Lampiran 6 : Tabel Uji F.....	98



DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, 10 Januari). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Retrieved Maret Rabu, 2024 , from databoks.katadata.co.id:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Aditya, Y. P. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR DAN TERPAAN PROMOSI PENJUALAN PRODUK FASHION DI SHOPEE TERHADAP IMPULSIVE BUYING GENERASI Z PADA ERIGO DI SHOPEE. *Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro*, 2-3.
- Bahtiar, R. A. (2020). POTENSI, PERAN PEMERINTAH, DAN TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN E-COMMERCE DI INDONESIA. *Pusat Penelitian, Sekretariat Jenderal DPR RI* , 13.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Damayanti, M., Bake, J., & Kambolong, M. (2020). PENGARUH IKLAN DAN FREKUENSI KUNJUNGAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN ONLINE SHOP (APLIKASI SHOPEE) PADA MAHASISWI ADMINISTRASI BISNIS UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7-8.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Cetakan ke-III). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan Jawa Timur: Qiara Media.
- Frahyanti, F., Syafi'i, M. A., & Devi, H. S.(2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store. *Jurnal Sahmiyya*, 43-44.
- Kamanda, S. V. (2023). PENGARUH FITUR LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK A PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal AL-AMAL*, 3.
- Kinasih, M. P. & Wuryandari, N. E. R.(2023). PENGARUH PRICE DISCOUNT, PRODUCT KNOWLEDGE, DAN TIME PRESSURE TERHADAP

- IMPULSE BUYING PADA FITUR SHOPEE LIVE. *Jurnal Universitas Dian Nusantara*, 88-89.
- Machmud, M. (2022). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir berdasarkan Prinsip Dasar* (Cetakan II edisi revisi) . Malang: Selaras.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). DINAMIKA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 1999-2015. *Jurnal Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Surabaya*, 2-3.
- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Cetakan kedua). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). PEMANFAATAN VIDEO STREAMING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA FITUR SHOPEE LIVE . *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual Telkom University*, 145-146.
- Pratiwi, C. A., Mazidah, A. F., Fayyaza, C. (2023). Analisis Interaksi Bisnis Umkm Muslim Fashion Dalam Keputusan Pembelian Melalui Shopee Live. *Politeknik Negeri Malang*, 1-2.
- Rehatalanit. Y. L. R (2021). PERAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS. *Universitas Suryadarma jakarta*, 62-63.
- Saputra, G. G., & Fadhilah (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten*, 442-443.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 41-42.
- Scuderia, A. M. (2024, Oktober 23). *Platform Live Shopping Terbanyak Digunakan di Indonesia Tahun 2024*. Retrieved Desember 15, 2024, from data.goodstats.id: <https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Cetakan ke-27). Bandung: Alfabeta.

- Santika, E. F. (2024, Juni 8). *Shopee, e-Commerce yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia*. Retrieved Desember 2, 2024, from Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/887c3d33f84f194/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Suswanto, P., Setiawati, S. R. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE DALAM MEMBANGUN POSITIONING DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 16.
- Syarafina, S. (2022). *Pengaruh Intensitas Mengakses Ecommerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Siswi Madrasah Aliyah Negeri 1 Tangerang Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 130-139.
- Umam, C., Pramesti, E. A. (2024). TERPAAN MEDIA LIVE SHOPPING SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DI JABODETABEK. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma* , 27-28.
- Yulianti, A. I., Maharani, N. R., & Yusmaneti (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Universitas Duta Bangsa Surakarta*, 7.