

**PENGARUH *ATTRACTIVENESS*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN
PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA *LIVE STREAMING SHOPEE* DI KOTA PADANG**

UNIVERSITAS ANDALAS
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

PATMA ASYATHARI

1910522061

Dosen Pembimbing

Asmi Abbas, SE, MM


PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

	No. Alumni Universitas	Patma Asyathari	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Koto Tuo, 12 Februari 2001, b) Nama Orang Tua : Ismet Ismail dan Erlinda Yanti, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1910522061 f) Tanggal Lulus : 23 Februari 2024 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,43 i) Lama Studi : 4 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua : Galudua Koto Tuo, Kec. IV Koto, Kab. Agam, Kode Pos 26161		

PENGARUH ATTRACTIVENESS, PERCEIVED USEFULNESS, DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA LIVE STREAMING SHOPEE DI KOTA PADANG

Skripsi oleh *Patma Asyathari*
Pembimbing : *Asmi Abbas, SE, MM.*

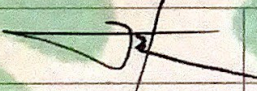
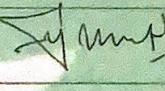
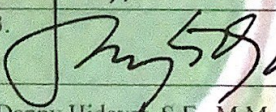
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mengkaji pengaruh *attractiveness*, *perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment* terhadap *purchase intention* pada *live streaming* Shopee di Kota Padang. Sampel penelitian ini sebesar 102 masyarakat Kota Padang yang berusia 17 tahun ke atas, pernah menggunakan fitur *live streaming* pada aplikasi Shopee dan berniat untuk melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan *software Microsoft Excel* dan *IBM SPSS* versi 25. Teknik pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, sedangkan *attractiveness* berpengaruh tidak positif terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *attractiveness, perceived usefulness, perceived enjoyment, purchase intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 21 Februari 2024

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE, MM	Yanti, SE, MM	Danny Hidayat, S.E., M.M., CMA., CEIP., CEAP

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen



Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D
NIP. 197106242006041007

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama: Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama: Tanda Tangan: