

**PENGARUH *SOCIAL PRECENSE* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN  
IMPULSIF SUATU STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE DI KOTA  
PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Andalas



Diajukan Oleh :

**Salsa Gustina Ayu**

**2110526042**

Dosen Pembimbing :

**Prof. Donard Games, SE, M.Bus, Ph.D**

NIP. 198011122005011003

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**



No. Alumni Universitas

Salsa Gustina Ayu

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/tgl lahir: Padang/29 Agustus 2000 b) Nama Orang Tua: Suyoto dan Sesy Misfitrisia c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2110526042 f) Tanggal Lulus: 23 Februari 2024 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,56 i) Lama Studi: 2 tahun 6 bulan. h) Alamat Orang Tua: Perumahan Bumi Minang 1 C/26 Balaibaru, Kel. Sungai Sapih, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat.

### PENGARUH SOCIAL PRESENCE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF : STUDI PADA KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA PADANG

Skripsi oleh Salsa Gustina Ayu  
Pembimbing: Prof. Donard Games, SE, M.Bus, Ph.D

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Social Presence* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Suatu Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yang didukung oleh metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini terdiri dari 150 responden. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social presence of live streaming platform* dan *social presence of viewers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer trust*. *Consumer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior*. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana merangsang perilaku pembelian konsumen dalam konteks perdagangan melalui live streaming. Penelitian juga memberikan referensi untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dan melibatkan konsumen secara efektif.

Kata kunci: *live streaming shopping, social presence, consumer trust, impulse buying behavior*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 23 Februari 2024.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama terang	Prof. Donard Games, SE, M.Bus, Ph.D	Dr Verinita, SE, M.Bus, Ph.D	Shafrizal, SE, ME, Ph.D

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen



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

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus:

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