

Analisis Pengaruh Socio-Technical Enabler terhadap Consumer Trust dan Behavior dalam Live Streaming Shopping E-Commerce = Analysis of the Influence of Socio-Technical Enabler on Consumer Trust and Behavior in Live Streaming Shopping E-Commerce

Aiko Sulaiman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920552732&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era digital yang semakin berkembang, khususnya setelah pandemi, penggunaan platform e-commerce untuk berbelanja online meningkat pesat di Indonesia, dengan tren live streaming shopping menjadi salah satu inovasi terbaru yang menarik perhatian konsumen. Namun, meskipun popularitasnya meningkat, kegiatan berbelanja melalui live streaming di e-commerce Indonesia sering menghadapi berbagai masalah yang mengganggu kepercayaan konsumen yang merupakan salah satu elemen kunci dalam membentuk niat pembelian dan keterlibatan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dan perilaku pembelian aktual di live streaming ecommerce. Teori socio-technical dan teori trust transfer digunakan untuk mengidentifikasi hubungan faktor social enabler dan technical enabler terhadap kepercayaan konsumen dan perilaku pembelian aktual. Penelitian ini dilakukan dengan 785 responden yang dianalisis menggunakan PLS-SEM, dan dilanjutkan dengan wawancara kualitatif dengan 30 responden yang dianalisis melalui content analysis untuk mendukung hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor social enabler, yaitu active control, two-way communication, dan synchronicity, serta faktor technical enabler seperti visibility affordance dan guidance shopping affordance, terbukti meningkatkan kepercayaan terhadap platform, streamer, dan produk. Aspek technical enabler lainnya, yaitu metavoicing affordance, tidak berpengaruh signifikan terhadap trust in streamer. Kepercayaan pada streamer juga terbukti mempengaruhi kepercayaan pada produk, sesuai dengan teori trust transfer. Niat pembelian dalam live streaming juga terbukti dipengaruhi oleh consumer trust dan kemudian berpengaruh terhadap actual purchase. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan live streaming, terkhusus pihak pengembangnya, mengenai aspek live streaming apa saja yang berpengaruh dalam meningkatkan kepercayaan dan perilaku pembelian konsumen.

..... In the rapidly evolving digital era, particularly following the pandemic, the use of ecommerce platforms for online shopping has increased in Indonesia, with the trend of live streaming shopping emerging as one of the latest innovations capturing consumer attention. However, despite its growing popularity, live streaming shopping in Indonesian e-commerce frequently encounters various issues that undermine consumer trust—one of the key elements in shaping purchase intentions and consumer engagement. This study aims to identify the factors influencing consumer trust and actual purchasing behavior in live streaming ecommerce. Socio-technical theory and trust transfer theory are employed to identify the relationships between social enablers and technical enablers and their impact on consumer trust and actual purchasing behavior. The research involved 785 respondents analyzed using PLS-SEM, followed by qualitative interviews with 30 respondents analyzed through content analysis to support the findings. The results indicate that social enablers, such as active control, two-way communication, and synchronicity, as well as technical enablers like visibility affordance and guidance shopping affordance, significantly enhance trust in the platform, streamer, and product. Another technical enabler aspect, metavoicing affordance, does not have a significant

effect on trust in streamer. Trust in the streamer also influences trust in the product, in line with trust transfer theory. Purchase intentions in live streaming are shown to be affected by consumer trust, which subsequently impacts actual purchases. These findings are expected to provide valuable insights for live streaming service providers and developers regarding the aspects of live streaming that influence consumer trust and purchasing behavior.