

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE (SOR) FRAMEWORK**

Saat ini media sosial tidak hanya sebagai platform untuk berkomunikasi tetapi juga digunakan oleh para pebisnis untuk memasarkan produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tiktok live streaming commerce terhadap purchase intention dengan kerangka Stimulus-Organism-Response (SOR). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil kuesioner dan data sekunder dari penelitian sebelumnya. Menggunakan 133 hasil responden dari penonton Tiktok live streaming commerce, penelitian ini menggunakan smartPLS untuk menganalisis data. Studi ini membuktikan bahwa hiburan, profesionalisme, dan visualisasi produk berpengaruh positif terhadap niat beli. Hal ini membuktikan bahwa responden tertarik dengan live streaming commerce yang memuaskan mereka dengan penjelasan detail dari sumber terpercaya, tampilan produk dengan bentuk yang sebenarnya, dan pengalaman menonton yang menyenangkan.

Kata kunci: *Live Streaming Commerce; Stimulus-Organism-Response (SOR); Tiktok; Trust; Purchase Intention*

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS THE EFFECT OF LIVE STREAMING TIKTOK ON PURCHASE INTENTION WITH THE STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE (SOR) FRAMEWORK**

*Currently social media is not only a platform for communication but also used by businesses to sell their products. This study aims to elaborate the influence of Tiktok live streaming commerce on purchase intention with the stimulus organism response (SOR) framework to explore psychological mechanism of consumer. The type of data used in this study is primary data which comes from the results of questionnaires and secondary data from previous research. Using 133 valid response from Tiktok live streaming commerce viewers, this study using smartPLS to analyze the data. This study proves that there are entertainment, professionalism, and visualization product that have positive influence in purchase intention. It shows that the respondents are interested in live streaming commerce who satisfied them with the detail explanation from the trusted source, give the actual look of the product, and enjoyable of viewing experience.*

**Keywords:** *Live Streaming Commerce; Stimulus-Organism-Response (SOR); Tiktok; Trust; Purchase Intention*