

ABSTRAK

Fenomena belanja *online* mendorong para pelaku bisnis untuk lebih inovatif mempromosikan produk pada platform digital yang ada. Kini muncul inovasi teknologi yang memungkinkan pelaku bisnis *online* memperlihatkan dan mendemonstrasikan produk mereka secara *real-time* yang disebut *live streaming shopping*. Penggabungan antara konten hiburan interaktif dan promosi produk secara langsung atau *real-time*, dilakukan untuk menarik pelanggan baru hingga meningkatkan transaksi penjualan. TikTok menjadi salah satu *platform social-commerce* populer dengan konten kecantikan didalamnya. Wardah adalah salah satu merek kecantikan yang paling banyak dilihat pada aplikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh *live streaming shopping* TikTok terhadap *purchase intention* merek kecantikan lokal Wardah melalui *emotional factors*. Untuk memahami pengaruh dari *live streaming shopping*, kami menggunakan model S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*) yang secara luas digunakan pada penelitian *live streaming shopping* sebelumnya. Variabel *influencer credibility* ditambahkan pada *emotional factors* dalam model S-O-R. Kami mengumpulkan data dari 300 responden yang teregistrasi melalui survei *google form* dengan kriteria yang telah ditentukan. PLS-SEM menggunakan Smart PLS dipilih untuk menganalisis data. Kami menemukan bahwa *attraction, cognitive assimilation*, dan *influencer credibility* memediasi hubungan antara *real-time interaction, guidance shopping, visibility*, dan *media richness* dengan *purchase intention* konsumen. Maka *live streaming shopping* melalui *emotional factors* berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa pengayaan dari material standar hidup telah merubah gaya belanja khalayak yang murni berorientasi pada permintaan. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk menggunakan teknologi *live streaming shopping* lebih baik dan memperluas kanal beserta strategi promosi produk.

Kata kunci: TikTok *Live Streaming Shopping, Purchase Intention, S-O-R Model*