

ABSTRAK

Era digital telah membentuk pemasaran digital untuk industri kecantikan dan perawatan kulit melalui fenomena live streaming yang digunakan oleh para pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan online melalui interaksi real-time. Fokus objek dari penelitian ini adalah Somethinc, sebuah merek barang konsumsi (fast-moving consumer goods/FMCG) ternama di Indonesia.

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Somethinc dapat memanfaatkan livestreaming shopping untuk memperkuat strategi pemasarannya dalam mendorong perilaku pembelian impulsif.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kerangka teori dengan menyelidiki pengaruh stimulus live streaming terhadap permintaan, kenyamanan, interaktivitas, kesenangan, dan kepercayaan terhadap perilaku pembelian impulsif melalui kerangka kerja stimulus-organisme-respons. Selain itu, usia, jenis kelamin, dan pendapatan berfungsi sebagai variabel kontrol untuk menunjukkan generalisasi demografis dari temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap variabel livestream berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa permintaan, kenyamanan, interaktivitas dan kesenangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Pengaruh tidak langsung juga ditemukan dimana demand, convenience, interactivity, playfulness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif melalui trust sebagai variabel mediasi.

Saran untuk Somethinc adalah meningkatkan Playfulness pada livestreaming dengan memberikan lebih banyak hiburan atau unsur humor karena Playfulness tampaknya menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, Somethinc juga dapat fokus pada strategi keterlibatan spesifik usia yang menargetkan konsumen berusia 25-30 dan >35 tahun karena mereka ditemukan menunjukkan perilaku pembelian impulsif yang lebih tinggi.

Kata kunci: *Livestreaming shopping, Demand, Convenience, Interactivity, Playfulness, Trust, Impulsive Buying Behaviour*