

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis penerimaan dan penggunaan sebuah informasi teknologi *Live Streaming Selling* pada aplikasi Tokopedia. Objek penelitian ini merupakan pengguna aktif Tokopedia yang sudah pernah melakukan pembelian dengan memanfaatkan fitur *Live Streaming Selling* dengan menggunakan metode Bernoulli, dimana populasi merupakan pengguna aktif Tokopedia dengan sampel sebanyak 104 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil penelitian yang didapatkan pada penelitian ini menyimpulkan bahwa dari hasil uji coba perhitungan SmartPLS4 menemukan bahwa terdapat 5 Variabel yang dinilai tidak memiliki pengaruh positif secara signifikan, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, dan *Price Value* terhadap *Behavioural Intention*. Pada penelitian ini menunjukkan perolehan nilai R-Square untuk Behavioral Intention sebesar 79,1%, yang artinya terdapat 20,9% pengaruh yang tidak dijelaskan pada penelitian ini, begitu juga dengan nilai Use Behaviour sebesar 66,1%, yang artinya terdapat 33,9% pengaruh dari variabel yang tidak dijelaskan pada penelitian. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian dengan memanfaatkan faktor dan indikator lain yang tidak digunakan pada penelitian ini, dan dapat memanfaatkan variabel moderator untuk dapat memberikan pemaparan secara lebih detail.