

## ABSTRAK

Nama : Valerie Marsha Halim  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Analisis Gaya Berjualan Kreatif Pada Fitur TikTok Live dan Pengaruhnya Terhadap *Engagement*, *s-WOM Intention*, dan *Purchase Intention*

Pertumbuhan media sosial TikTok yang sangat signifikan merupakan salah satu hal yang dapat dimanfaatkan para wirausahawan. Tidak hanya sebagai media sosial, kini TikTok juga mempunyai sebuah *social commerce* bernama TikTok Shop. Akan tetapi, tidak semua wirausahawan dapat memaksimalkan penggunaan *platform* ini. Diambil dari namanya “*Social*” dan “*Commerce*”, menyimpulkan bahwa *social commerce* tidak hanya mengenai penjualan namun dipengaruhi oleh interaksi sosial. Salah satu fitur untuk berinteraksi secara 2 arah di TikTok Shop adalah melalui TikTok Live. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti gaya berjualan kreatif *seller* pada fitur TikTok Live. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif deskriptif melalui kuisioner Google Form kepada 155 responden. Penelitian ini akan mengambil sudut pandang *viewers* dari TikTok Live terhadap *seller* yang pernah dilihatnya dengan pendekatan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya berjualan kreatif dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu keahlian dan fitur TikTok. Sedangkan, terdapat 3 dampak yang dapat dirasakan oleh *seller* melalui gaya berjualan kreatif yaitu *engagement*, *s-WOM intention*, dan *purchase intention* pembeli yang meningkat.

Kata Kunci: TikTok Shop, TikTok Live, Gaya Berjualan Kreatif

## ABSTRACT

Name : Valerie Marsha Halim  
Study Program : Entrepreneurship  
Title : Creative Selling Analysis in TikTok Live Feature and its  
Impact to Engagement, s-WOM Intention, and Purchase Intention

The significant growth of TikTok social media is something that can be utilized by entrepreneurs. Not only as a social media, TikTok also has a social commerce that is called TikTok Shop. However, not every entrepreneur can maximize the usage of this platform. Derived from the name “Social” and “Commerce”, concludes that social commerce is not only about sales, but also influence by social interaction. One of the features that allow two-way interaction in TikTok Shop is TikTok Live. This research aims to study seller creative selling through TikTok Live feature. The research method that is used is the descriptive quantitative method through a Google Form survey to 155 respondents. This research will takes the TikTok Live viewers point of view towards seller that they have seen through SEM-PLS approach. The result state that seller creative selling is influenced by 2 factors which are expertise and TikTok feature. Whereas, there are 3 impacts that sellers will feel through creative selling which are engagement, s-WOM intention, and the increase in customer purchase intention.

Keywords: TikTok Shop, TikTok Live, Creative Selling