

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMER* ATTA HALILINTAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *SHOPEE LIVE*
OLEH PEREMPUAN GENERASI X DI KOTA SEMARANG**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMER* ATTA HALILINTAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *SHOPEE LIVE*
OLEH PEREMPUAN GENERASI X DI KOTA SEMARANG**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**Andyka Mas Mukti
21.D1.0095**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Atta Halilintar sebagai *live streamer* terhadap keputusan pembelian di *Shopee Live* oleh perempuan Generasi X di Kota Semarang. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus pada Atta Halilintar sebagai figur *live streamer* populer dan konsumen Generasi X yang masih jarang diteliti dalam konteks *live streaming commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik *convenience sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh daya tarik, keahlian, kredibilitas, dan interaktivitas terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Daya tarik merupakan variabel yang paling dominan, sedangkan kredibilitas memiliki pengaruh paling rendah. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan *live streamer* dalam meningkatkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemampuan dalam menarik perhatian, menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, dan berinteraksi dengan audiens.

Kata kunci : *Live Streamer*, Atta Halilintar, Keputusan Pembelian, *Shopee Live*, Generasi X