

ABSTRAK

Lanskap digital Indonesia menunjukkan penetrasi yang sangat dalam, dengan 212 juta pengguna internet (74,6% populasi) dan dominasi TikTok sebagai platform dengan 194,37 juta pengguna, menjadikannya pasar potensial untuk *live streaming commerce*. Dalam ekosistem ini, fenomena *shoppertainment* telah mengubah pola interaksi konsumen, di mana fitur teknis dan sosial menjadi krusial dalam mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *anthropomorphism* dan *media richness* terhadap *purchase intention* melalui mediasi *psychological distance* dan *customer engagement*, serta menguji peran *celebrity endorsement* dan *live streaming* sebagai faktor pendorong eksternal pada pengguna TikTok di Kota Semarang.

Penelitian ini mengembangkan model kerangka teoritis berbasis *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) yang mencakup *anthropomorphism*, *media richness*, *celebrity endorsement*, *live streaming*, *psychological distance*, *customer engagement*, dan *purchase intention*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 200 responden di Semarang dan dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) pada program AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *anthropomorphism* dan *media richness* berpengaruh signifikan terhadap *psychological distance*. Selanjutnya, *psychological distance*, *celebrity endorsement*, dan *live streaming* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer engagement*. Sementara *celebrity endorsement* dan *live streaming* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *purchase intention*, namun berpengaruh melalui *customer engagement*. Adapun *customer engagement* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial mengenai pentingnya menciptakan interaksi yang bermakna untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: *Anthropomorphism, Media Richness, Celebrity Endorsement, Live Streaming, Psychological Distance, Customer Engagement, Purchase Intention.*