

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, CELEBRITY ENDORSEMENT, AND  
FREE SHIPPING ON PURCHASE DECISIONS ON THE TIKTOK  
SHOP APPLICATION***

***By Faris Khadafi***

***Abstract***

*This research was carried out to find out, prove and analyze the influence of Live Streaming, Celebrity Endorsement, and Free Shipping on Purchase Decisions on the application. The sample in this study was Generation Z with an age range of 17-30 years who live in the Jabodebek area who have shopped at the Tiktok Shop. Data collection used a gform questionnaire and as many as 100 respondents using a sampling technique. nonprobability sampling by method purposive sampling through Google Form which is distributed on social media such as Instagram, Twitter, whatsapp and line. The data analysis used is descriptive, inferential data analysis techniques, validity testing, reliability testing, and hypothesis testing software SmartPLS 3. The results of this study show that Live Streaming influence purchasing decisions on the Tiktok shop application, Celebrity Endorsement Influences purchasing decisions on the Tiktok shop application, free shipping influence purchasing decisions on the Tiktok shop application.*

***Keyword : Live Streaming, Celebrity Endorsement, Free Shipping, and Purchase Decisions***

# **PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI TIKTOK SHOP**

**Oleh Faris Khadafi**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui, membuktikan dan, menganalisis pengaruh dari *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi. Sampel pada penelitian ini adalah Generasi Z dengan rentang usia 17-30 tahun yang bertempat tinggal di area jabodebek yang pernah berbelanja di Tiktok Shop Pengambilan data menggunakan kuisioner gform dan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability* sampling dengan metode *purposive sampling* melalui *Google Form* yang disebar pada media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *whatsapp*, dan *line*. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif, inferensial, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan *software* SmartPLS 3. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Live Streaming* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Tiktok shop, *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Tiktok shop, Gratis Ongkos kirim berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Tiktok shop.

**Kata Kunci : *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, Gratis Ongkos Kirim, dan Keputusan Pembelian**

