



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

SKRIPSI

FARIS KHADAFI 2010111157

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



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

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

FARIS KHADAFI 2010111157

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Faris Khadafi

NIM : 2010111157

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Faris Khadafi)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faris Khadafi
NIM : 2010111157
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok Shop

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Faris Khadafi)

SKRIPSI

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

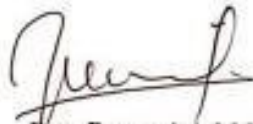
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Faris Khadafi 2010111157

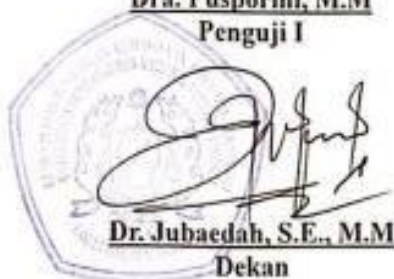
**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 5 Juli 2024 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Lina Aryani, S.E., M.M
Ketua Penguji**



**Dra. Pusporini, M.M
Penguji I**



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M
Dekan**



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM
Penguji II (Pembimbing)**



**Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi**

Disahkan : Jakarta
Pada tanggal : 5 Juli 2024

**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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Jumat, 5 Juli 2024:

Nama : Faris Khadafi
No. Pokok Mahasiswa : 2010111157
Program Studi : Manajemen S.1

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAN GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI TIKTOK SHOP
dinyatakan Lulus / Tidak Lulus*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, M.M	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Juli 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Penulis memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok Shop”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi kewajiban dan syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Pada kesempatan ini secara khusus penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Lina Aryani, S.E., M.M selaku ketua penguji skripsi, Ibu Dra. Pusporini, M.M selaku penguji skripsi I, dan Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, mengingatkan, memperbaiki berbagai kesalahan, serta memberikan kritik dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Penulis juga mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Terima kepada Ayah, ibu, dan adik yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
2. Terima kasih kepada Devi Yuliana dan Ibu Rusmiati yang telah memberikan dukungan selama penulis melakukan penelitian ini
3. Terima kasih kepada Dhoni, Naufal, Emon, Kukuh, Gipang, Ilham, Dipa, Kevin, Endry, dan Mustafa yang memberikan berbagai saran dan masukan kepada penulis
4. Terima kepada anggota grup Lengkhap Nay Riky, Hanif, Irfandi, dan Faizar yang telah memberikan banyak dukungan dan hiburan kepada penulis selama penelitian ini di lakukan
5. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukugannya kepada penulis

Terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasi. Disamping itu, penulis juga menyadari akan segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan masukan yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada para pembaca.

Jakarta, 12 Juni 2024

Faris Khadafi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4 <i>Live Streaming</i>	19
2.1.5 <i>Celebrity Endorsement</i>	21
2.1.6 Gratis Ongkos Kirim.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Model Penelitian	32
2.3.1 <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2 <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3 Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Analisis Data	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	49
4.2.1	Deskripsi Data Responden	49
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	52
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	52
4.3.2	Analisis data Inferensial.....	57
4.3.2.1	Outer Model.....	57
4.3.2.2	Inner Model.....	63
4.3.3	Uji Hipotesis	64
4.4	Pembahasan	66
4.4.1	Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.4.2	Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.4.3	Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3	Saran	70
	DAFTAR PUSTAKA.....	72
	RIWAYAT HIDUP	76
	LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 2 Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 3 Skala Likert.....	38
Tabel 4. Intrumen Penelitian.....	39
Tabel 5 Nilai Interpretasi	40
Tabel 6 Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha	44
Tabel 7 Rata Rata Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 8 Rata Rata Nilai Indeks Variabel Live Streaming.....	53
Tabel 9 Rata Rata Nilai Indeks Variabel Celebrity Endorsement.....	55
Tabel 10 Rata Rata Nilai Indeks Variabel Gratis Ongkos kirim	56
Tabel 11 Convergent Validity	58
Tabel 12 Cross Loading.....	59
Tabel 13 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 14 Composite Reliability	62
Tabel 15 Cronbach's Alpha	62
Tabel 16 R-Square	63
Tabel 17 Q-Square.....	64
Tabel 18 Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Internet Indonesia.....	2
Gambar 2. Pengguna Internet 2024	3
Gambar 3 Pengguna Sosial Media di Indonesia	4
Gambar 4. Promo yang dinantikan konsumen saat belanja online	12
Gambar 5 Kerangka Penelitian.....	33
Gambar 6. Inner Model	41
Gambar 7. Outer Model.....	42
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur	42
Gambar 9. Outer Model.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Isi dan butir pernyataan dalam kuisisioner	77
Lampiran 2 Data Kuisisioner Responden.....	80
Lampiran 3 Deskripsi Responden.....	90
Lampiran 4 Hasil olah data SmartPLS 3.0	92
Lampiran 5 Bukti Penyebaran Kuisisioner	97
Lampiran 6 Hasil Plagiarisme	100