



***ANALISIS *PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI
TRUST PADA TIKTOK *LIVE STREAMING****

TESIS

SALSABILA PUTRI AGUSTIN

2210121021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**



**ANALISIS *PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI
TRUST PADA *TIKTOK LIVE STREAMING***

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister**

SALSABILA PUTRI AGUSTIN

2210121021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Salsabila Putri Agustin

NIM : 2210121021

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

Jakarta, 2 Juli 2025

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a Garuda emblem and a handwritten signature over it. The stamp includes the text "SEPLUH RIBU RUPIAH", "10.000", "METERAI TEMPEL", and the serial number "9EBCDAMX8334662316".

(Salsabila Putri Agustin)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEBUTUHAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Salsabila Putri Agustin
NIM : 2210121021
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

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

***Analisis Purchase Intention Yang Dimediasi
Trust Pada Tiktok Live Streaming***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis 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 : 2 Juli 2025

Yang menyatakan,


(Salsabila Putri Agustin)

TESIS
ANALISIS PURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI
TRUST PADA TIKTOK LIVE STREAMING

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SALSABILA PUTRI AGUSTIN
NIM.2210121021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Juli 2025
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

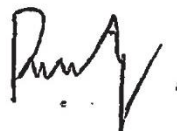


Diana Triwardhani, SE.MM.,CPM., Ph.D

Ketua Penguji



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani,
S.E., M.Si
Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M.,
CFMP
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM.
Dekan



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
CRA., CRP., CMA
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Juli 2025

Analysis Purchase Intention Mediated by Trust in TikTok Live Streaming

By Salsabila Putri Agustin

Abstract

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed consumer shopping behavior, including the rising trend of online shopping through live streaming platforms such as TikTok Live. This study aims to analyze the influence of celebrity endorsement, live streaming, and service quality on consumers' purchase intention, mediated by trust in the TikTok Live Streaming context. A quantitative research approach was employed, using survey methods to collect data from active TikTok Shop users in Indonesia. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results reveal that celebrity endorsement, live streaming, and service quality significantly affect trust, which in turn positively influences purchase intention. Furthermore, trust is proven to mediate the relationship between the three independent variables and consumers' purchase intention. This study contributes theoretically to the development of digital marketing literature and provides practical implications for businesses seeking to enhance consumer trust and purchasing decisions through optimized live streaming strategies.

Keyword : *Purchase Intention, Trust, TikTok Live Streaming, Celebrity Endorsement, Service Quality*

Analisis Purchase Intention yang di Mediasi Trust pada TikTok Live Streaming

Oleh Salsabila Putri Agustin

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam perilaku belanja konsumen, termasuk munculnya tren belanja melalui platform live streaming seperti TikTok Live. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, *live streaming*, dan *service quality* terhadap *purchase intention* konsumen, yang dimediasi oleh *trust* pada TikTok Live Streaming. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari responden yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement*, *live streaming*, dan *service quality* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *trust*, dan *trust* selanjutnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*. Selain itu, *trust* juga terbukti memediasi pengaruh ketiga variabel bebas terhadap niat beli konsumen. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur pemasaran digital serta implikasi praktis bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan strategi promosi berbasis live streaming untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen.

Kata Kunci : Niat Beli, Kepercayaan, Siaran Langsung TikTok, Dukungan Selebritas, Kualitas Layanan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, 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 SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Rabu, tanggal 09 Juli 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Salsabila Putri Agustin

NIM : 2210121021

Program Studi : Manajemen S2

Judul Tugas Akhir :

ANALISIS PURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI TRUST PADA TIKTOK
LIVE STREAMING

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata 83.57
dan Nilai HurufA...

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, S.E., M.M., CPM., PhD	Ketua	
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Msi.	Anggota I	
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM., CFMP	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 09 Juli 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S2

Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul "Analisis Purchase Intention yang Dimediasi Trust pada Tiktok Live Streaming" dengan sebaik-baiknya. Selama proses penulisan usulan penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

- a. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
- b. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRA., CRP., CMA selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
- c. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP dan Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.
- d. Ibu Diana Triwardhani, SE.MM., CPM., Ph.D dan Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang telah senantiasa memberikan masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penyempurnaan penulisan penelitian ini.
- e. Kedua orang tua, adik, keluarga besar dan teman-teman peneliti yang juga memberikan dukungan dan saran bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 9 Juli 2025

Salsabila Putri Agustin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	
UNTUK KEBUTUHAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
<i>Abstrak</i>	vii
BERITA ACARA SIDANG TESIS	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
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 Hasil Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Kajian Teori	15
2.2. Manajemen Pemasaran	15
2.3. Perilaku Konsumen.....	16
2.4. <i>Purchase Intention</i>	17
2.4.1. Definisi Purchase Intention.....	17
2.4.2. Indikator Purchase Intention	18
2.5. Trust.....	20
2.5.1. Definisi Trust.....	20

2.5.2.	Indikator Trust	21
2.6.	Celebrity Endorsement	22
2.6.1.	Definisi Celebrity Endorsement	22
2.6.2.	Indikator Celebrity Endorsement	24
2.7.	Live Streaming	25
2.7.1.	Definisi Live Streaming	25
2.7.2.	Indikator Live Streaming	26
2.8.	Service Quality	28
2.8.1.	Definisi Service Quality	28
2.8.2.	Indikator Service Quality	28
2.9.	Penelitian Yang Relevan	30
2.10.	Kerangka Berpikir	40
2.11.	Hipotesis	46
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.2.	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	49
3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	50
3.3.	Jenis Data	52
3.3.1	Sumber Data	52
3.3.2	Pengumpulan Data	52
3.4.	Teknik Analisis Data	54
3.4.1	Analisis Deskriptif	54
3.4.2	Analisis Inferensial	55
3.5.	Teknik Analisis Data	59
3.5.1.	Uji Instrumen	59
3.5.2.	Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	60
3.6.	Uji Mediasi Variance Accounted For (VAF)	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	64

4.2.	Hasil Analisis Data	65
4.2.1	Karakteristik Responden	65
4.2.2	Metode Analisis Data.....	68
4.3.	Pembahasan.....	83
4.3.1	Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention.....	83
4.3.2	Pengaruh Live Streaming terhadap Purchase Intention	84
4.3.3	Pengaruh Service Quality terhadap Purchase Intention.....	85
4.3.4	Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention	86
4.3.5	Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention melalui trust	87
4.3.6	Pengaruh Live Streaming terhadap Purchase Intention melalui trust.....	87
4.3.7	Pengaruh Service Quality terhadap Purchase Intention melalui trust.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1.	Kesimpulan	90
5.2.	Implikasi Penelitian	92
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4.	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis Penelitian Terkait	37
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Pengukuran Variabel	48
Tabel 3. 2 Skala Likert	53
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen.....	53
Tabel 3. 4 Interval Kelas	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	66
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden	67
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif	69
Tabel 4. 6 Loading Factor	73
Tabel 4. 7 AVE	74
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 9 <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	75
Tabel 4. 10 <i>Uji Predictive Relevance</i> (Q^2).....	76
Tabel 4. 11 <i>Goodness of Fit Model</i> (GoF)	77
Tabel 4. 12 Pengaruh Langsung	79
Tabel 4. 13 Pengaruh Tidak Langsung	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia menurut APJII (2016-2024)	1
Gambar 1. 2 Pengguna Marketplace Indonesia dari Tahun 2017-2023	2
Gambar 1. 3 Survey Minat Masyarakat untuk Berbelanja Online Berdasarkan Platform	3
Gambar 1. 4 Popularitas platform <i>e-commerce</i> untuk berbelanja di berbagai generasi	3
Gambar 1. 5 Logo TikTok Shop	4
Gambar 1. 6 Artis yang memandu TikTok Shopping Live Streaming	5
Gambar 1. 7 Platform live streaming paling sering digunakan.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	46
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah PLS.....	56
Gambar 3. 2 Diagram Jalur Penelitian	58
Gambar 4. 1 Outer Model	72
Gambar 4. 2 Inner Model	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	103
---------------------------------------	-----