

**PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN KONTEN *REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TIKTOK SHOP PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
INDO GLOBAL MANDIRI**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusunoleh:

IKHSAN IQBAL

NPM:2020510066

**KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten *Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri

Nama : Ikhsan Iqbal

NPM : 2020510066

Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Roswaty, S.E., M.Si.

Pembimbing II : Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA.

Tanggal Ujian Skripsi : 24 Januari 2024

Palembang, 05 Februari 2024

Disetujui Oleh,

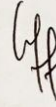
Pembimbing I,



Roswaty, S.E., M.Si.

NIDN: 0219096301

Pembimbing II,

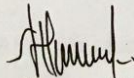


Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA.

NIDN: 0225058402

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc

NIDN.0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP

NIDN. 0204128602

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh,

Judul : Pengaruh Siaran Langsung dan Konten Review Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo global
Mandiri

Nama Mahasiswa : Ikhsan Iqbal

NPM : 2020510066

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensive, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

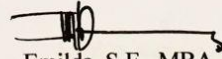
Pengujian Ujian Skripsi dan Komprehensive.

Ketua Penguji



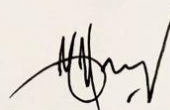
Roswaty, SE., M.Si
NIDN 0219096301

Penguji I



Emilda, S.E., MBA., CFP
NIDN: 0217058902

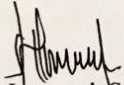
Penguji II



Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si.
NIDN: 0202067820

Ketua Program Studi Manajemen,

Dekan Fakultas Ekonomi,
FARULTAS EKONOMI



Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc.
NIDN 0213109401



Endah Dewi Purnamasari, S.E., MM
NIDN 0204128602

LEMBAR REVISI

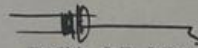
Nama : Ikhsan Iqbal
NPM : 2020510066
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Siaran Langsung dan Konten *Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo global Mandiri

Ketua Penguji :



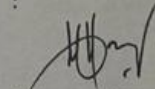
Roswaty, SE., M.Si
NIDN219096301

Penguji I :



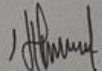
Emilda, S.E., MBA., CFP
NIDN: 0217058902

Penguji II :



Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si.
NIDN: 0202067820

Palembang, Januari 2023
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc.
NIDN0213109401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ikhsan Iqbal
NPM : 2020510066
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, Januari 2023



Ikhsan Iqbal

NPM. 2020510066

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Siaran Langsung dan Konten *Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Roswaty, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Meilin Veronica, SE., MM.,Ak.,CA. selaku dosen pembimbing II . Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
6. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ahmad Yani dan Ibu Rusmiati dan ke enam saudraku, sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dari kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan ku selama menempuh pendidikan.

Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidupku. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat. Aaamin.

8. Teman- teman Manajemen angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, terkhusus (Akusihyes,dan dulur KKN-T).
9. Last but not least, terimakasih untuk Ikhsan Iqbal, diri saya sendiri yang telah berkerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan.Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.Dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi kita semua.

Palembang, 05 Februari 2024

Penyusun,

Ikhsan Iqbal

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh siaran langsung dan konten *review* terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas indo global mandiri, Kecamatan Ilir Tim. I, Kota Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25. Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial t pada variabel siaran langsung menunjukkan bahwa nilai $6,694 > 1,968$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan konten *review* menunjukkan nilai $10,698 > 1,968$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis Siaran Langsung dan Konten *Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Berdasarkan hasil uji koefisien regresi berganda diperoleh persamaan akhir yaitu $Y = 5,868 + 0,635 X_1 + 0,539 X_2 + e$. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), diketahui besar pengaruh siaran langsung dan konten *review* terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas indo global mandiri, Kecamatan Ilir Tim. I, Kota Palembang adalah sebesar 77%, dan. Berdasarkan hasil perhitungan uji F hipotesis di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $442,383 > 3,03$ sehingga dengan demikian hipotesis H_a diterima yang berada pada korelasi tinggi, atau dengan kata lain, ada pengaruh positif dan signifikan siaran langsung dan konten *review* terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas indo global mandiri, Kecamatan Ilir Tim. I, Kota Palembang.

Kata Kunci: Siaran Langsung, Konten Review, Pembeli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of live streaming and review content on TikTok Shop consumer purchasing decisions for students of the economics faculty of indo global mandiri university, Ilir Tim District. I, Palembang City. The analysis technique used is multiple linear analysis which is processed using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) computer program version 25. Based on the results of the partial t hypothesis test on the live streaming variable, it shows that the value is $6.694 > 1.968$ with a significance value of $0.000 < 0.05$, and the review content shows a value of $10.698 > 1.968$ with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that the Live Streaming and Review Content hypotheses have a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions. Based on the results of the multiple regression coefficient test, the final equation is $Y = 5.868 + 0.635 X_1 + 0.539 X_2 + e$. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination (R^2), it is known that the influence of live streaming and review content on TikTok Shop consumer purchasing decisions on students of the economics faculty of indo global independent university, Ilir Tim District. I, Palembang City is 77%, and. Based on the results of the F test calculation, the hypothesis is accepted if $F_{hitung} > F_{tabel}$ or $442.383 > 3.03$ so that the H_a hypothesis is accepted which is in a high correlation, or in other words, there is an influence of live streaming and review content on TikTok Shop consumer purchasing decisions on students of the economics faculty of indo global independent university, Ilir Tim District. I, Palembang City.

Keywords: Live Streaming, Review Content, Purchase.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR REVISI.....	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Masalah Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
1.5. Gambaran Umum Perusahaan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
1.1. Pemasaran.....	15
1.1.1. Pengertian Pemasaran.....	15
1.1.2. Indikator Pemasaran	15
1.2. Siaran Langsung.....	16
1.2.1. Pengertian Siaran Langsung	16
1.2.2. Indikator Siaran Langsung.....	16
1.3. Konten Review	17
1.3.1. Pengertian Konten Review	17
1.3.2. Indikator Konten Review.....	18
1.4. Keputusan Pembelian.....	20
1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
1.4.2. Indikator Keputusan Pembelian	20
1.4.3. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	27
1.4.4. Jenis-Jenis Keputusan Pembelian	33
1.4.5. Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian	33
1.5. TikTok Shop	35
1.5.1. Pengertian TikTok Shop.....	35
1.5.2. Indikator TikTok Shop	36
1.6. Penelitian Terdahulu	41
1.7. Kerangka Pemikiran.....	45

1.8. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	47
3.2. Objek Penelitian	47
3.3. Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.4. Batasan Penelitian	48
3.5. Jenis dan Sumber Data	48
3.5.1. Jenis Data	48
3.5.2. Sumber Data	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	50
3.7. Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.7.1. Populasi	51
3.7.2. Sampel	51
3.8. Teknik Analisis Data	53
3.9. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Hasil Penelitian	63
4.1.1. Karakteristik Responden	63
4.1.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	66
4.1.3. Uji Asumsi Klasik	69
4.1.4. Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.1.5. Pengujian Hipotesis	76
4.1.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi	79
4.2. Pembahasan	81
4.2.1. Pengaruh Siaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	81
4.2.2. Pengaruh Konten <i>Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	83
4.2.3. Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten <i>Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	