

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* DI *TIKTOK SHOP*
(Survey Pada Pengguna *Tiktok Shop* Di Kabupten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

RULI SURYA WINATA

20210510125

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* DI *TIKTOK SHOP*
(Survey Pada Pengguna Tiktok *Shop* Di Kabupten Kuningan)**

Oleh:

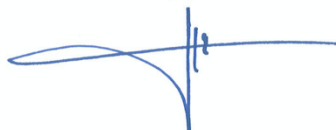
RULI SURYA WINATA

20210510125

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Hj Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Penguji II,



Dr. Rina Masuroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

Penguji III,



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN
***ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
PRODUK *FASHION* DI *TIKTOK SHOP*
(Survey Pada Pengguna *Tiktok Shop* Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:

RULI SURYA WINATA
20210510125

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan,.....Juni 2025

Dosen Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Dosen Pembimbing II,



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hj Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ *Pengaruh Live Streaming, Celebrity Endorsement Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Tiktok Shop (Survey Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Kabupaten Kuningan)*”. Beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap bertanggung jawab dan menanggung resiko apapun yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025



Ruli Surya Winata
Nim. 20210510125

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Cobaan hidupmu bukanlah untuk menguji kekuatan dirimu. Tapi menakar seberapa besar kesungguhan dalam memohon pertolongan kepada Allah SWT.”

(Ibnu Qoyyim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah, karena hanya atas izin dan karunia-Nya, maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan do'a dari orang-orang tercinta terutama orang tua saya.

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti, Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya dengan tulus
Almamater yang ku banggakan UNIVERSITAS KUNINGAN

Seluruh sahabat dan teman-teman baikku yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

(Ruli Surya Winata)

ABSTRAK

Ruli Surya Winata (20210510125) Pengaruh *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Tiktok Shop (Survey Pada Pengguna Tiktok Shop Di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dibimbing oleh : Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M dan Faishal Rahimi, S.E., M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Tiktok Shop (Survey Pada Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan). Populasi dalam penelitian ini yaitu Pengguna Tiktok Shop. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan dengan jumlah yang tidak diketahui. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dua kriteria responden. Kriteria pertama adalah sedang atau pernah menggunakan aplikasi Tiktok Shop dan kriteria kedua adalah sering berbelanja menggunakan aplikasi Tiktok Shop. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada 130 responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *live streaming*, *celebrity endorsement* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ruli Surya Winata (20210510125) *The Influence of Live Streaming, Celebrity Endorsement and Online Customer Review on Fashion Product Purchase Decisions at Tiktok Shop (Survey on Tiktok Shop Users in Kuningan Regency) Management Study Program, Faculty of Economics and Business, supervised by: Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M and Faishal Rahimi, S.E., M.M*

The purpose of this study was to determine the Influence of Live Streaming, Celebrity Endorsement and Online Customer Review on Fashion Product Purchase Decisions at Tiktok Shop (Survey on Tiktok Shop Users in Kuningan Regency). The population in this study were Tiktok Shop Users. The research method used in this study was a descriptive method with a quantitative approach. The population in this study were Tiktok Shop users in Kuningan Regency with an unknown number. The sample to be used in this study was 130 respondents with a purposive sampling technique of two respondent criteria. The first criterion is currently or has used the Tiktok Shop application and the second criterion is often shopping using the Tiktok Shop application. The type of data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to 130 respondents who meet the sample criteria. The results of this study indicate that (1) live streaming, celebrity endorsement and online customer review have a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) celebrity endorsement has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) online customer review has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Live Streaming, Celebrity Endorsement, Online Customer Review and Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Karena peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“PENGARUH *LIVE STREAMING, CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *TIKTOK SHOP* (Survey Pada Pengguna Tiktok *Shop* Di Kabupaten Kuningan)”**.

Adapun penyusunan proposal penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan penelitian ini.

Akhirnya, peneliti berharap semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan masalah yang ada pada penelitian ini sebagai bahan perbandingan untuk karya yang lebih baik lagi menjadi pengembangan ilmu pengetahuan.

Kuningan, Juni 2025

Ruli Surya Winata
NIM. 20210510125

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat teoretis.....	9
1.4.2 Manfaat praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS10	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Keputusan pembelian	11
2.1.3 <i>Live Streaming</i>	13
2.1.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	16
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	18
2.2 Hubungan Antar Variabel	20
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Berpikir.....	25
2.5 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	28
3.2	Operasional Variabel.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4	Jenis Dan Sumber Data	31
3.4.1	Jenis Data	31
3.4.2	Sumber Data.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6	Uji Intrumen	32
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1	Analisis Deskriptif	37
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	38
3.7.3	Uji Regresi Linier Berganda	40
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.7.5	Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Produk <i>Fashion</i> dan Aplikasi Tiktok <i>Shop</i>	45
4.1.2	Gambaran Deskriptif Responden	46
4.1.3	Analisis Deskriptif Responden.....	49
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	60
4.1.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	62
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.1.7	Uji Hipotesis.....	64
4.2	Pembahasan.....	66
4.2.1	Pengaruh <i>Live Streaming</i> , <i>Celebrity Endorsement</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	66

4.2.2	Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	67
4.2.4	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Terhadap Responden.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Pengisian Kuesioner	32
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>Live Streaming</i>	33
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	34
Tabel 3.5 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	34
Tabel 3.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian	35
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas <i>Live Streaming</i>	36
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	36
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i>	37
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Live Streaming</i>	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i>	52
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.11 Uji Persamaan Regresi	62
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	64
Tabel 4.14 Uji t (Parsial).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Platform</i> belanja <i>online</i>	2
Gambar 1.2 Preferensi belanja <i>online</i> masyarakat indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i>	51
Gambar 4.2 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	54
Gambar 4.3 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i>	57
Gambar 4.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas	62