

EVALUASI FAKTOR-FAKTOR PENENTU *PURCHASE DECISION* PELANGGAN WANITA PRODUK *FASHION* MELALUI *LIVE STREAMING* TIKTOK

RAZA WARDANI

1707619058



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***EVALUATION OF DETERMINANTS OF PURCHASE DECISION
FOR WOMEN CUSTOMERS OF FASHION PRODUCTS
THROUGH TIKTOK LIVE STREAMING***

RAZA WARDANI

1707619058



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis is prepared as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta*







BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Plt. Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP 197002122008121001			
No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F., S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		11 Agustus 2023
2	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. NIP. 198507232010121002 (Penguji 1)		14 Agustus 2023
3	Rahmi S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		15 Agustus 2023
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		14 Agustus 2023
5	Shandy Aditya, BIB., MPBS. NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		15 Agustus 2023
Nama : Raza Wardani No. Registrasi : 1707619058 Program Studi : S-1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 01 Agustus 2023			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Raza Wardani

(1707619058)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Raza Wardani
NIM : 1707619058
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : razawrdn@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Evaluasi Faktor-Faktor Penentu *Purchase Decision* Pelanggan Wanita Produk *Fashion* melalui *Live Streaming* TikTok

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2023

Peneliti

Raza Wardani
No. Reg. 1707619058

ABSTRAK

RAZA WARDANI, Evaluasi Faktor-Faktor Penentu *Purchase Decision* Pelanggan Wanita Produk *Fashion* melalui *Live Streaming* TikTok: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor penentu *purchase decision* pelanggan wanita produk *fashion* melalui *live streaming* TikTok. Lima variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *product quality*, *sales promotion*, *e-service quality*, *purchase intention*, dan *purchase decision*. Penelitian ini dilakukan di provinsi DKI Jakarta menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui *Microsoft Form*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk berdomisili di provinsi DKI Jakarta, berjenis kelamin perempuan, berusia minimal 17 tahun, pengguna aplikasi TikTok, dan pernah membeli minimal satu produk *fashion* melalui *live streaming* TikTok dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*, dengan total 230 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision*, *product quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*. Selanjutnya, *sales promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *sales promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, dan *purchase intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata Kunci: *Product quality*, *sales promotion*, *e-service quality*, *purchase intention*, *purchase decision*, *live streaming* TikTok

ABSTRACT

RAZA WARDANI, *Evaluation of Determinants of Purchase Decision for Women Customers of Fashion Products through TikTok Live Streaming: Study Program of Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2023.*

This study aims to evaluate the determinants of purchase decision of female customers of fashion products through TikTok live streaming. The five variables used in this study include product quality, sales promotion, e-service quality, purchase intention, and purchase decision. This research was conducted in DKI Jakarta province using a survey method by distributing questionnaires online through Microsoft Form. The population used in this study are residents domiciled in the DKI Jakarta province, who are female, at least 17 years old, TikTok application users, and have purchased at least one fashion product through TikTok live streaming in the last six months. This study used purposive sampling technique, with a total of 230 respondents. The data used in this study are quantitative and analysed using Structural Equation Modelling (SEM) techniques. The results showed that product quality has no significant effect on purchase decision and product quality has no significant effect on purchase intention. Furthermore, sales promotion has a positive and significant effect on purchase intention, sales promotion has a positive and significant effect on purchase decision, e-service quality has a positive and significant effect on purchase intention, e-service quality has a positive and significant effect on purchase decision, and purchase intention has a significant and positive effect on purchase decision.

Keywords: *Product quality, sales promotion, e-service quality, purchase intention, purchase decision, TikTok live streaming.*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Believe in your abilities, embrace the challenges, and celebrate the victory”.

(Sarah Anderson)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Akhirnya saya berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini, saya persembahkan dengan tulus dan ikhlas untuk keluarga tercinta, yaitu Papa, Mama, dan kedua Adik saya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, dan memotivasi saya selama menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, ungkapan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua dosen pembimbing, sahabat-sahabat, dan teman-teman seperjuangan di Program Studi Pendidikan Bisnis Angkatan 2019 yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat. Tidak lupa pula, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini, dengan kontribusi para responden skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Evaluasi Faktor-Faktor Penentu *Purchase Decision* Pelanggan Wanita Produk *Fashion* melalui *Live Streaming* TikTok".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan pengarahan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan juga sebagai dosen pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dengan baik dan sabar, serta memberikan kritik, saran, dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang bermanfaat.

5. Kedua orang tua dan keluarga besar yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, dan memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
6. Sahabat terdekat, yaitu Rafesho *Squad*, Geng Gendos, dan sahabat-sahabatku lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
7. Teman-teman Prodi Pendidikan Bisnis 2019 yang bersama-sama berjuang dan senantiasa memberikan semangat satu sama lain.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Dengan bantuan semua pihak yang telah disebutkan di atas, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi terciptanya skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Jakarta, 23 Agustus 2023



Raza Wardani

(1707619058)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
2.1 Teori Pendukung	20
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	46

3.2 Desain Penelitian	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.4 Pengembangan Instrumen	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Data Responden	61
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.3 Uji Kelayakan Model	84
4.4 Uji Hipotesis.....	87
4.5 Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Implikasi	101
5.3 Keterbatasan Penelitian	110
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	178

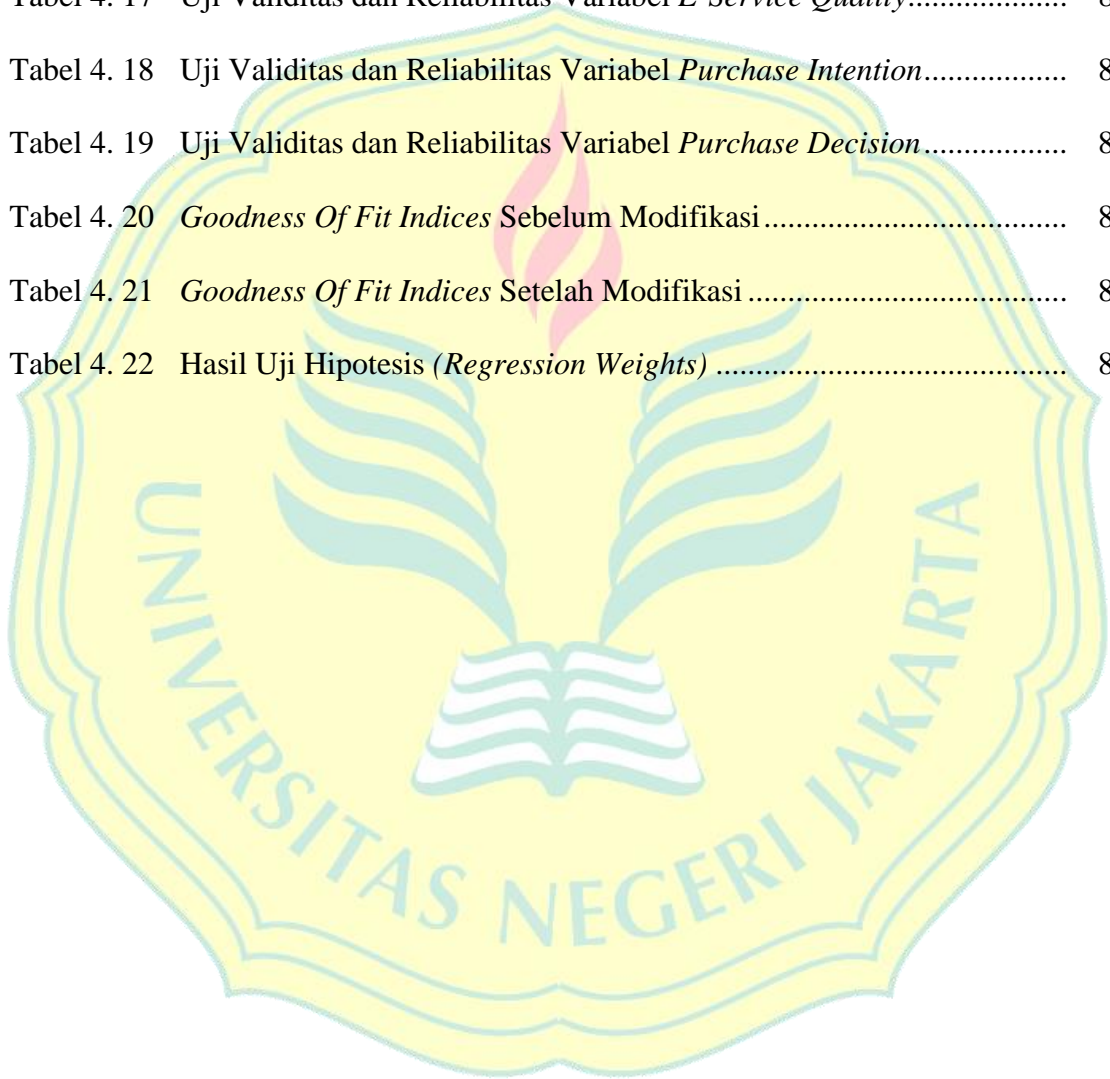
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Total Pengguna Media Sosial Global	1
Gambar 1. 2	Kategori Produk yang Banyak Dibeli Melalui <i>Live Streaming</i>	4
Gambar 1. 3	Media Sosial dengan Unduhan Terbanyak di Tahun 2022	5
Gambar 1. 4	Demografi Pengguna Tiktok di Indonesia.....	6
Gambar 1. 5	Ulasan Pelanggan TikTok <i>Shop</i> terkait <i>Product Quality</i>	9
Gambar 1. 6	Ulasan Pelanggan TikTok <i>Shop</i> terkait <i>Sales Promotion</i>	11
Gambar 1. 7	Ulasan Dari Pelanggan TikTok <i>Shop</i> terkait <i>E-Service Quality</i>	13
Gambar 2. 1	Kerangka Teori	43
Gambar 4. 1	Model Sebelum Modifikasi	85
Gambar 4. 2	Model Setelah Modifikasi	86
Gambar 4. 3	Model Struktural Uji Hipotesis	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Pengembangan Hipotesis	43
Tabel 3. 1	Indikator Variabel <i>Product Quality</i>	50
Tabel 3. 2	Indikator Variabel <i>Sales Promotion</i>	51
Tabel 3. 3	Indikator Variabel <i>E-Service Quality</i>	52
Tabel 3. 4	Indikator Variabel <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel 3. 5	Indikator Variabel <i>Purchase Decision</i>	53
Tabel 3. 6	Skala Pengukuran <i>Likert Type</i>	55
Tabel 3. 7	<i>Goodness Of Fit Indices</i>	60
Tabel 4. 1	Pertanyaan Penyaringan Responden	61
Tabel 4. 2	Jenis Produk <i>Fashion</i> yang Pernah Dibeli	62
Tabel 4. 3	Karakteristik Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 4	Karakteristik Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 5	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4. 6	Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Tabel 4. 7	Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan	67
Tabel 4. 8	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku/Bulan	68
Tabel 4. 9	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Menonton <i>Live Streaming</i> TikTok yang Menjual Produk <i>Fashion</i>	69
Tabel 4. 10	Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i>	71
Tabel 4. 11	Analisis Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	72
Tabel 4. 12	Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	74

Tabel 4. 13	Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	76
Tabel 4. 14	Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	77
Tabel 4. 15	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	79
Tabel 4. 16	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Sales Promotion</i>	80
Tabel 4. 17	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	81
Tabel 4. 18	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	82
Tabel 4. 19	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Purchase Decision</i>	83
Tabel 4. 20	<i>Goodness Of Fit Indices</i> Sebelum Modifikasi.....	85
Tabel 4. 21	<i>Goodness Of Fit Indices</i> Setelah Modifikasi	87
Tabel 4. 22	Hasil Uji Hipotesis (<i>Regression Weights</i>)	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Persetujuan Sidang Skripsi	123
Lampiran 2	Kartu Konsultasi Skripsi.....	124
Lampiran 3	Form Saran dan Perbaikan Skripsi	125
Lampiran 4	Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Skripsi	126
Lampiran 5	Hasil Turnitin.....	127
Lampiran 6	Kuesioner Penelitian.....	128
Lampiran 7	Tabulasi Data Variabel <i>Product Quality</i>	138
Lampiran 8	Tabulasi Data Variabel <i>Sales Promotion</i>	146
Lampiran 9	Tabulasi Data Variabel <i>E-Service Quality</i>	154
Lampiran 10	Tabulasi Data Variabel <i>Purchase Intention</i>	162
Lampiran 11	Tabulasi Data Variabel <i>Purchase Decision</i>	170