

**PERAN *CONTENT QUALITY* DALAM MENGUATKAN NIAT
BERBELANJA KONSUMEN MELALUI TIKTOK *MIDNIGHT LIVE***

WULAN OKTILA SARIN

1707619033



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

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***THE ROLE OF CONTENT QUALITY IN STRENGTHENING CONSUMER
PURCHASE INTENTIONS THROUGH TIKTOK MIDNIGHT LIVE***

WULAN OKTILA SARIN

1707619033



***This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree in the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

WULAN OKTILA SARIN. Peran *Content Quality* dalam Menguatkan Niat Berbelanja Konsumen melalui TikTok *Midnight Live*. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menguji pengaruh *content quality* terhadap *perceived enjoyment* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 2) untuk menguji pengaruh *content quality* terhadap *perceived ease of use* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 3) untuk menguji pengaruh *content quality* terhadap *trust* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 4) untuk menguji pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *purchase intention* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 5) untuk menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *trust* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 6) untuk menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *purchase intention* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*, 7) untuk menguji pengaruh *trust* terhadap *purchase intention* pada produk sepatu melalui TikTok *midnight live*. Sampel penelitian ini 217 responden dengan karakteristik berdomisili atau bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek, berusia minimal 17 tahun dan pernah menonton siaran TikTok *midnight live* dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Metode pengumpulan data menggunakan teknik survei dengan instrumen berupa kuesioner. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan *software* SPSS dan Amos. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *content quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived enjoyment*, *perceived ease of use*, dan *trust*. Variabel *Perceived enjoyment* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Variabel *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, namun variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci: *content quality*, *perceived enjoyment*, *perceived ease of use*, *trust*, *purchase intention*, dan TikTok *midnight live*.

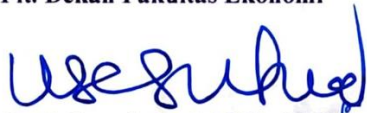





ABSTRACT

WULAN OKTILA SARIN. *The Role of Content Quality in Strengthening Consumer Purchase Intentions through TikTok Midnight Live. Thesis. Jakarta. Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This study aims to 1) examine the effect of content quality on perceived enjoyment of shoe products through TikTok midnight live, 2) examine the effect of content quality on perceived ease of use in shoe products through TikTok midnight live, 3) examine the effect of content quality on trust consumers on shoe products through TikTok midnight live, 4) examine the effect of perceived enjoyment on purchase intention on shoe products through TikTok midnight live, 5) examine the effect of perceived ease of use on trust in shoe products through TikTok midnight live, 6) examine the effect of perceived ease of use on purchase intention for shoe products through TikTok midnight live, 7) examine the effect of trust on purchase intention for shoe products through TikTok midnight live. The sample for this study were 217 respondents with the characteristics of domiciled or stay in the Jabodetabek area, aged at least 17 years and had watched TikTok midnight live in the last three months. Methods of data collection using survey techniques with instruments in the form of questionnaires. The data obtained from the questionnaires were processed using SPSS and Amos software. The results of this study indicate that the variable content quality has a significant effect on perceived enjoyment, perceived ease of use and trust. Perceived enjoyment and trust have a significant effect on purchase intention. Perceived ease of use has a significant effect on trust, but perceived ease of use does not have a significant effect on purchase intention.

Keywords: *content quality, perceived enjoyment, perceived ease of use, trust, purchase intention, and TikTok midnight live.*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Plt. Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		22 Agustus 2023
2	<u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIP. 198305012018032001 (Penguji 1)		22 Agustus 2023
3	<u>Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev</u> NIP. 198507232010121002 (Penguji 2)		28 Agustus 2023
4	<u>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		25 Agustus 2023
5	<u>Shandy Aditya, BIB., MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		22 Agustus 2023
Nama : Wulan Oktilla Sarin No. Registrasi : 1707619033 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 1 Agustus 2023			

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini adalah hasil penelitian sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk memperoleh gelar akademik di Universitas Negeri Jakarta maupun dalam Perguruan Tinggi lain, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti terdapat penyimpangan, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 02 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Wulan Oktila Sarin

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Content Quality* dalam Menguatkan Niat berbelanja Konsumen melalui TikTok *Midnight Live*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan skripsi ini dapat selesai dengan bantuan berbagai pihak yang memberikan dukungan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh hormat peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

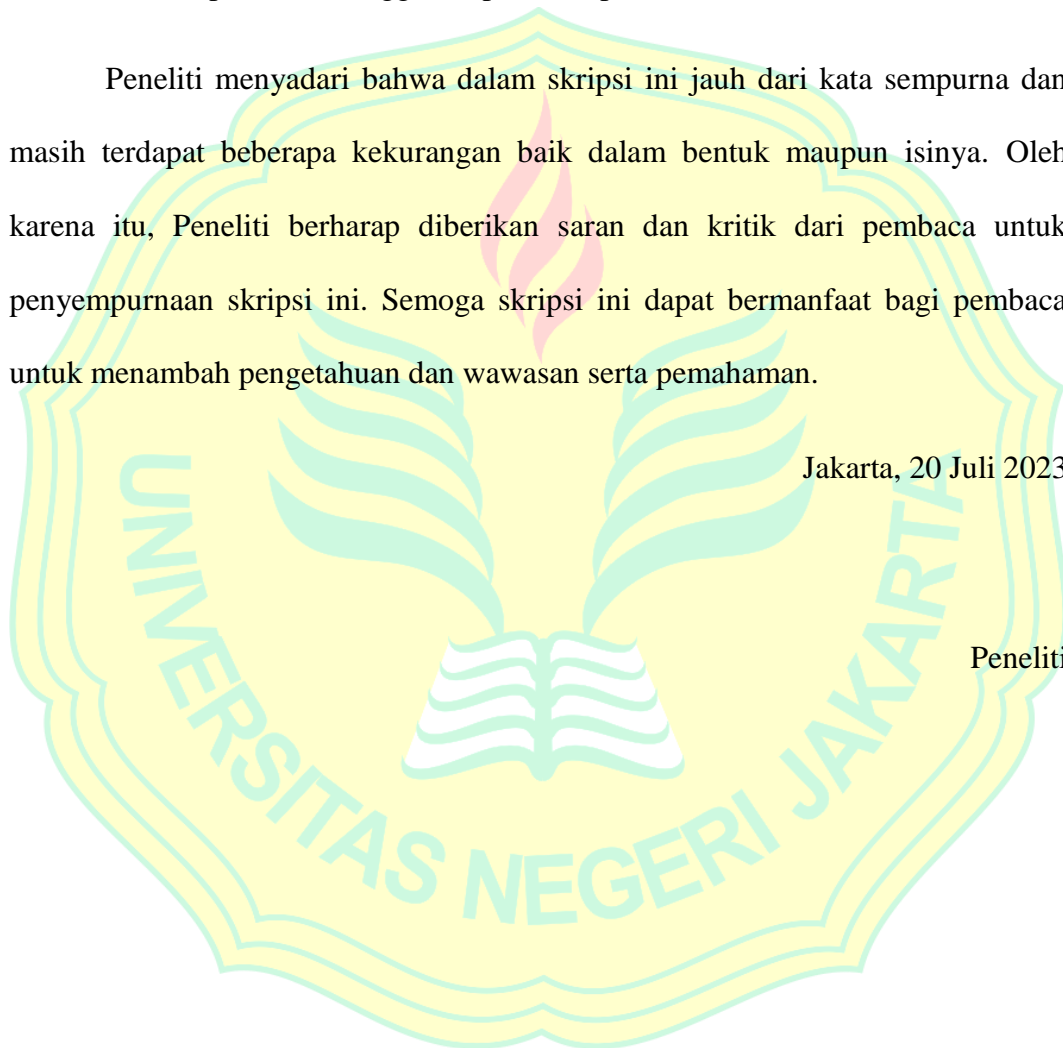
1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya para Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

5. *Me, myself, and I* yang telah berhasil bertahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
6. Orang tua yang telah mendukung saya.
7. Teman-teman SMA dan teman-teman Pendidikan Bisnis 2019 yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan baik dalam bentuk maupun isinya. Oleh karena itu, Peneliti berharap diberikan saran dan kritik dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pemahaman.

Jakarta, 20 Juli 2023

Peneliti



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



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 : Wulan Oktila Sarin
NIM : 1707619033
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : wulanoktila5@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 :

Peran *Content Quality* dalam Menguatkan Niat Berbelanja Konsumen melalui TikTok
Midnight Live

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, 30 Agustus 2023

Penulis

(Wulan Oktila Sarin)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	18
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	18
2.1.2 <i>Content Quality</i>	21
2.1.3 <i>Perceived Enjoyment</i>	25
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	28
2.1.5 <i>Trust</i>	32
2.3.1 <i>Content Quality dan Perceived Enjoyment</i>	35
2.3.2 <i>Content Quality dan Trust</i>	36
2.3.3 <i>Content Quality dan Perceived Ease of Use</i>	37
2.3.4 <i>Perceived Enjoyment dan Purchase intention</i>	38
2.3.5 <i>Trust dan Purchase Intention</i>	39
2.3.6 <i>Perceived Ease of Use dan Trust</i>	40

2.3.7	<i>Perceived Ease of Use dan Purchase Intention</i>	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.2	Desain Penelitian	44
3.3	Populasi dan Sampel	44
3.4	Pengembangan Instrumen	45
3.4.1	<i>Content Quality</i>	45
3.4.2	<i>Perceived Enjoyment</i>	46
3.4.3	<i>Perceived Ease of Use</i>	47
3.4.4	<i>Trust</i>	48
3.4.5	<i>Purchase Intention</i>	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6	Teknik Analisis Data	51
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	51
3.6.2	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Data	53
4.2	Hasil.....	57
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.2	Uji Kelayakan.....	59
4.2.3	Uji Hipotesis	61
4.3	PEMBAHASAN	64
4.3.1	H_1 - <i>content quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived enjoyment</i>	64
4.3.2	H_2 - <i>content quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i>	66
4.3.3	H_3 - <i>content quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived ease of use</i>	68
4.3.4	H_4 - <i>perceived enjoyment</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>purchase intention</i>	69
4.3.5	H_5 - <i>trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>purchase intention</i>	71
4.3.6	H_6 - <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i>	72
4.3.7	H_7 - <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>purchase intention</i>	74

BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi.....	77
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	77
5.2.2 Implikasi Praktis	81
5.3 Keterbatasan penelitian	85
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
DAFTAR LAMPIRAN.....	96



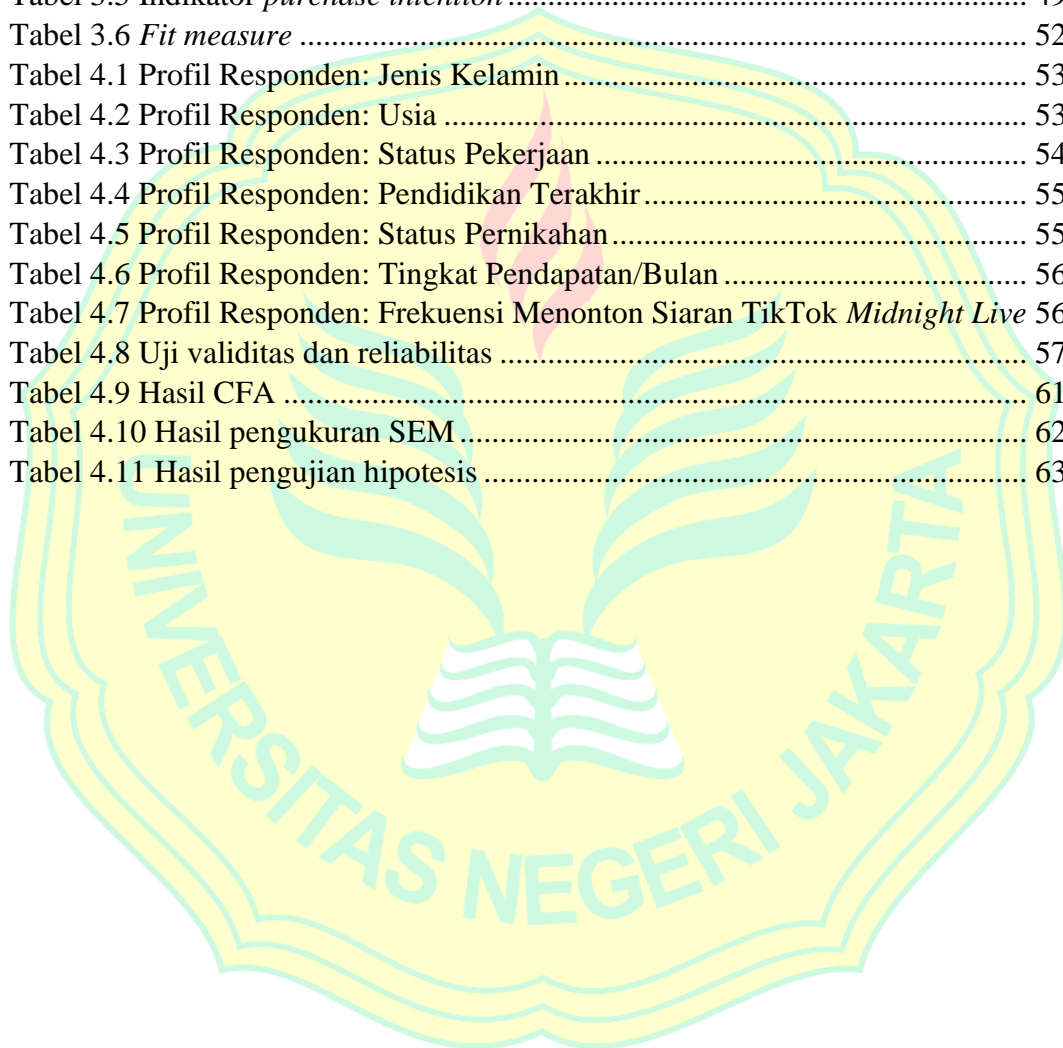
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Media Sosial di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 1.2 Tangkapan Layar TikTok <i>Midnight Live Shopping</i>	8
Gambar 2.1 Model Kerangka Teori	42
Gambar 4.1 Uji Pengukuran Sebelum Modifikasi	60
Gambar 4.2 Uji Pengukuran Setelah Modifikasi	60
Gambar 4.3 Uji Hipotesis.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hipotesis Penelitian	43
Tabel 3.1 Indikator <i>content quality</i>	45
Tabel 3.2 Indikator <i>perceived enjoyment</i>	46
Tabel 3.3 Indikator <i>perceived ease of use</i>	47
Tabel 3.4 Indikator <i>trust</i>	48
Tabel 3.5 Indikator <i>purchase intention</i>	49
Tabel 3.6 <i>Fit measure</i>	52
Tabel 4.1 Profil Responden: Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden: Usia	53
Tabel 4.3 Profil Responden: Status Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Profil Responden: Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.5 Profil Responden: Status Pernikahan	55
Tabel 4.6 Profil Responden: Tingkat Pendapatan/Bulan	56
Tabel 4.7 Profil Responden: Frekuensi Menonton Siaran TikTok <i>Midnight Live</i>	56
Tabel 4.8 Uji validitas dan reliabilitas	57
Tabel 4.9 Hasil CFA	61
Tabel 4.10 Hasil pengukuran SEM	62
Tabel 4.11 Hasil pengujian hipotesis	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel <i>Content Quality</i>	105
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	111
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	117
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel <i>Trust</i>	123
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel <i>Purchase Intention</i>	129
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	135
Lampiran 8 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	138
Lampiran 9 Kartu Konsultasi Skripsi.....	139
Lampiran 10 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	140
Lampiran 11 Keterangan Hasil Turnitin	141
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	143

