

SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS *STREAMER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI
*E-COMMERCE***



AFIFAH NURUL FAUZIYAH

1515617079

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

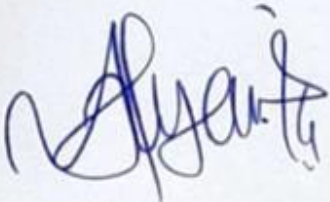
2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kredibilitas *Streamer* Terhadap Keputusan Pembelian
Produk *Fashion* di *E-commerce*
Penyusun : Afifah Nurul Fauziah
NIM : 1515617079

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.

NIP. 198106012006042001

Pembimbing II,




Dr. Dewi Suliyanthini, A.T., MM.

NIP. 197110301999032002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.

NIP. 198106012006042001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kredibilitas *Streamer* Terhadap Keputusan Pembelian
Produk *Fashion* di *E-commerce*

Penyusun : Afifah Nurul Fauziyah

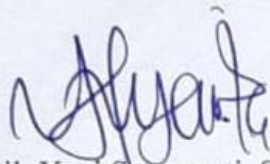
NIM : 1515617079

Tanggal Ujian : 18 Juli 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T
NIP. 198106012006042001



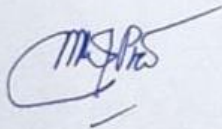
Dr. Dewi Suliyanthini, A.T., MM.
NIP. 197110301999032002

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi :

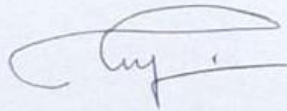
Ketua Penguji,

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,



Dra. Melly Prabawati, M.Pd.
NIP. 196305211988032002



Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd
NIP. 196403251989032003



Yoga Matin Albar, S.Tr.T.,M.Pd.
NIP. 199401222024061001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T
NIP. 198106012006042001

LEMBAR PERNYATAAN

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 dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Afifah Nurul Fauziyah

NIM. 1515617079



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 : Afifah Nurul Fauziyah
NIM : 1515617079
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Busana
Alamat email : afifahnfauziyah29@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 :

Pengaruh Kredibilitas *Streamer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di *E-Commerce*

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, 07 Agustus 2024
Penulis

(Afifah Nurul Fauziyah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rahmat serta hidayah-Nya sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Streamer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di *E-commerce*” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Progam Studi Pendidikan Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M,Si selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana, Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing 1 Pembimbing Materi yang telah meluangkan waktu memberikan arahan, ilmu pengetahuan, dan motivasi dengan sabar dan ikhlas sejak awal proses pembuatan hingga selesainya skripsi ini.
3. Dr. Dewi Suliyanthini, A.T., MM. selaku dosen pembimbing 2 pembimbing metodologi penelitian yang juga telah meluangkan waktu memberikan arahan, ilmu pengetahuan, dan motivasi dengan sabar dan ikhlas sejak awal proses pembuatan hingga selesainya skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Progam Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
5. Seluruh Staff Tata Usaha di Progam Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta Margiyu Indarwati, S.E., Evah, S.Pd., Retno Dyah Dwi Astuti, A.Md., dan Nimas Sintia, A.Md. yang telah banyak membantu dalam memperlancar proses kuliah dari sebelum hingga sesudah penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Bapak Mohammad Ma’as Shobirin dan Ibu Ida Farida sebagai sosok paling berharga yang penulis miliki yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, serta do’a yang tiada henti kepada penulis.

7. Teman-teman seperjuangan Anggi, Assha, Hani, Alfiani, Deza, Ayunda, Anggi Pardede, dll yang telah memberikan masukan positif dan semangat dalam menjalani proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kawan-kawan program studi Pendidikan Tata Busana 2017, adik dan kakak tingkat yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuisioner penelitian penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Juli 2024

Penyusun,

Afifah Nurul Fauziyah

**PENGARUH KREDIBILITAS *STREAMER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *E-COMMERCE***

Afifah Nurul Fauziyah

Dosen Pembimbing :

Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. dan Dr. Dewi Suliyanthini, A.T., MM.

ABSTRAK

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat antara penjual dengan konsumen. Kesempatan interaksi antar pengguna membuat berbagai platform media sosial berinovasi dengan menghadirkan fitur live shopping. Sebagai fitur yang terbilang baru pada e-commerce, live shopping telah menjadi alat pemasaran baru yang semakin populer termasuk Indonesia salah satunya pada platform social commerce Tiktok. Pada live shopping, untuk dapat mempengaruhi pembelian salah satu faktor nya yaitu streamer. Namun, ekspansi live shopping yang cepat tidak memungkiri adanya fakta terdapat streamer yang baik dan buruk, serta tingginya peningkatan penjualan masih bertentangan dengan realita mayoritas konsumen yang masih ragu menggunakan fitur tersebut untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi kredibilitas streamer live shopping di Tiktok, keputusan pembelian produk fashion, serta mengetahui pengaruh kredibilitas streamer yang terhadap keputusan pembelian produk fashion. Indikator kredibilitas streamer yang digunakan adalah daya tarik, kepercayaan, dan keahlian. Serta indikator keputusan pembelian yang digunakan adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Metode penelitian menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden dengan pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil analisis data menunjukkan kredibilitas streamer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 5,995 dan nilai sig. sebesar 0,00. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.523, maka dapat diartikan 52,3% keputusan pembelian produk fashion dipengaruhi oleh kredibilitas streamer sedangkan sisanya 47,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *kredibilitas streamer, keputusan pembelian, live shopping, produk fashion*

**THE INFLUENCE OF STREAMER'S CREDIBILITY ON PURCHASING
DECISIONS FOR FASHION PRODUCTS IN E-COMMERCE**

Afifah Nurul Fauziyah

Supervisor:

Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. and Dr. Dewi Suliyanthini, A.T., MM.

ABSTRACT

Social media provides an opportunity for closer interaction between sellers and consumers. The opportunity for interaction between users has made various social media platforms innovate by presenting live shopping features. As a relatively new feature in e-commerce, live shopping has become a new marketing tool that is increasingly popular, including Indonesia, one of which is on the Tiktok social commerce platform. In live shopping, to be able to influence purchases, one of the factors is the streamer. However, the rapid expansion of live shopping does not deny the fact that there are good and bad streamers, and the high increase in sales is still contrary to the reality of the majority of consumers who are still hesitant to use this feature to make purchases. This study aims to obtain information on the credibility of live shopping streamers on Tiktok, purchasing decisions for fashion products, and determine the effect of streamer credibility on purchasing decisions for fashion products. The streamer credibility indicators used are attractiveness, trustworthiness, and expertise. As well as indicators of purchasing decisions used are need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decisions and post-purchase behavior. The research method uses a survey method with a quantitative approach. The research sample amounted to 100 respondents with data collection using a questionnaire. The data analysis used is simple regression analysis. The results of data analysis show that streamer credibility has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t_{count} of 5.995 and a sig. value of 0.00. The result of the coefficient of determination (R^2) is 0.523, it means that 52.3% of purchasing decisions for fashion products are influenced by streamer credibility while the remaining 47.7% is influenced by other factors outside the study.

Keywords: streamer credibility, purchasing decisions, live shopping, fashion products

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIK	
2.1 Deskripsi Konseptual	6
2.1.1 <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tiktok	6
2.1.3. Streamer/Host Live	8
2.1.4. Kredibilitas	10
2.1.5 Keputusan Pembelian	14
2.1.6 Produk Busana/ <i>Fashion</i>	20
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	24
2.3 Kerangka Teoritik	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.3 Metode Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	32
3.5.2 Instrumen Variabel Kredibilitas <i>Streamer</i> (X)	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Prasyarat Analisis	39
3.6.2 Teknik Analisis Data	40
3.7 Hipotesis Statistika.....	41

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	45
4.1.3 Data Hasil Variabel Kredibilitas <i>Streamer</i> (X).....	48
4.1.4 Data Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
4.2 Hasil Uji Prasyarat Analisis Data	63
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.3.1 Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji T	64
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi	65
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	71

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi	72
5.3 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
3.1	Nilai P dan P x (1-P)	31
3.2	Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	33
3.3	Tabel Skoring	34
3.4	Nilai Cronbach's Alpha	36
3.5	Kisi-kisi Instrumen Variabel Kredibilitas Streamer	36
3.6	Tabel Skoring	38
3.7	Nilai Cronbach's Alpha	39
4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Kredibilitas <i>Streamer</i>	42
4.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kredibilitas <i>Streamer</i>	44
4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian	44
4.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kredibilitas Streamer	45
4.5	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.6	Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
4.7	Frekuensi Pembelian yang Pernah Dilakukan	47
4.8	Jenis Produk Busana yang Pernah Dibeli	47
4.9	Data Responden Indikator Daya Tarik	48
4.10	Kategorisasi Indikator Daya Tarik	49
4.11	Data Responden Indikator Keterpercayaan	50
4.12	Kategorisasi Indikator Keterpercayaan	50
4.13	Data Responden Indikator Keahlian	51
4.14	Kategorisasi Indikator Keahlian	52
4.15	Data Variabel Kredibilitas <i>Streamer</i>	53
4.16	Kategorisasi Variabel Kredibilitas <i>Streamer</i>	54
4.17	Data Responden Indikator Pengenalan Kebutuhan	55
4.18	Kategorisasi Indikator Pengenalan Kebutuhan	55
4.19	Data Responden Indikator Pencarian Informasi	56
4.20	Kategorisasi Indikator Pencarian Informasi	57
4.21	Data Responden Indikator Evaluasi Alternatif	58
4.22	Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif	58

4.23	Data Responden Indikator Keputusan Pembelian	59
4.24	Kategorisasi Indikator Keputusan Pembelian	60
4.25	Data Responden Indikator Perilaku Setelah Pembelian	61
4.26	Kategorisasi Perilaku Setelah Pembelian	61
4.27	Data Variabel Keputusan Pembelian	62
4.28	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	62
4.29	Uji Normalitas	63
4.30	Uji Linearitas	64
4.31	Uji Regresi dan Uji T	64
4.32	Uji Koefisien Determinasi	65



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Platform <i>live shopping</i> paling populer	2
1.2	Produk yang paling banyak dibeli <i>livestream shopping</i>	2
2.1	<i>Livestream Shopping</i> Produk Busana Wanita Casual	9
2.2	Tahapan Proses Keputusan Pembelian	15
2.3	Hijab	21
2.4	Blouse	21
2.5	Kemeja	21
2.6	Outer	22
2.7	Celana	22
2.8	Rok	22
2.9	Dress	23
2.10	Kerangka Teoritik	28

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1.	Surat Pernyataan Uji Validitas Dosen Ahli	79
2.	Kuisisioner/Angket Penelitian	81
3.	Uji Validitas dan Reabilitas	87
4.	Tabel Nilai r Product Moment	89
5.	Data Hasil Penelitian	90
6.	Tabulasi Data	103
7.	Hasil Uji Prasyarat Analisis	113
8.	Hasil Uji Regresi Linear, Uji T dan Koefisien Determinasi	114
9.	Riwayat Hidup	115