

**ANALISIS HUBUNGAN *SOCIAL PRESENCE*, *PLEASURE*, DAN
IMPULSIVE BUYING DALAM KONTEKS *LIVE STREAMING*
TIKTOK PADA GENERASI Z**

AMELIA PUTRI ANANDA

1707621050



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

***ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL
PRESENCE, PLEASURE, AND IMPULSIVE BUYING IN THE
CONTEXT OF TIKTOK LIVE STREAMING ON GENERATION Z***

AMELIA PUTRI ANANDA

1707621050



Intelligentia - Dignitas

***This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's
Degree in Education at the Faculty of Economics and Business, State University
of Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2025***

**ANALISIS HUBUNGAN *SOCIAL PRESENCE*, *PLEASURE*, DAN
IMPULSIVE BUYING DALAM KONTEKS *LIVE STREAMING* TIKTOK
PADA GENERASI Z**

Amelia Putri Ananda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *social presence of streamer* dan *social presence of viewers* terhadap *impulsive buying* melalui *pleasure* sebagai variabel mediasi pada konteks live streaming TikTok Shop di kalangan Generasi Z. Metode penelitian ini menggunakan Analisa Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan Partial Least Square (PLS), software yang digunakan ialah SmartPLS versi 4. Data dikumpulkan dari 270 responden pengguna aktif TikTok yang pernah melakukan pembelian melalui siaran langsung (live streaming). Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social presence of streamer* terhadap *pleasure* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social presence of viewers* terhadap *pleasure* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *pleasure* terhadap *impulsive buying* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social presence of streamer* terhadap *impulsive buying* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social presence of viewers* terhadap *impulsive buying* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *social presence of streamer* dan *social presence of viewers* terhadap *impulsive buying* melalui mediasi *pleasure* pada *live streaming* TikTok shop di kalangan gen Z.

Kata kunci: *Social Presence, Streamer, Viewers, Pleasure, Impulsive Buying, TikTok Shop, PLS-SEM.*

Intelligentia - Dignitas

***ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL PRESENCE,
PLEASURE, AND IMPULSIVE BUYING IN THE CONTEXT OF TIKTOK
LIVE STREAMING AMONG GENERATION Z***

Amelia Putri Ananda

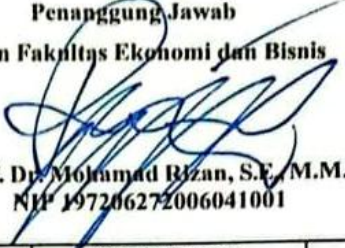
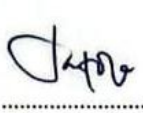
ABSTRACT

This study aims to examine the influence of social presence of streamers and social presence of viewers on impulsive buying, with pleasure as a mediating variable, in the context of TikTok Shop live streaming among Generation Z. The research method employs Structural Equation Modeling (SEM) using Partial Least Squares (PLS), with SmartPLS version 4 as the software tool. Data were collected from 270 active TikTok users who have made purchases through live streaming. The results indicate a positive and significant effect of the social presence of streamers on pleasure in TikTok Shop live streaming among Generation Z. Similarly, the social presence of viewers also has a positive and significant effect on pleasure. Furthermore, pleasure has a positive and significant effect on impulsive buying. Both the social presence of streamers and the social presence of viewers show a direct positive and significant influence on impulsive buying. Additionally, pleasure mediates the relationship between social presence (of both streamers and viewers) and impulsive buying, demonstrating a significant mediating effect in the TikTok Shop live streaming context among Generation Z.

Keywords: Social Presence, Streamer, Viewers, Pleasure, Impulsive Buying, TikTok Shop, PLS-SEM.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, M. Si, Ph. D 198209082010122004 (Ketua Sidang)		24 Juli 2025
2	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd 199302202019032022 (Penguji I)		24 Juli 2025
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M. Han 199504122023212041 (Penguji II)		24 Juli 2025
4	Dr. Terrylina Arvinta M., SE., MM. 198103222023212013 (Pembimbing I)		24 Juli 2025
5	Annisa Lutfia S.Pd., M.Pd 198802142022032001 (Pembimbing 2)		24 Juli 2025
Nama : Amelia Putri Ananda No. Registrasi : 1707621050 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 17 Juli 2025			

F072020

LEMBAR 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 pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta 23 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Amelia Putri Ananda

NIM. 1707621050

Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
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 : Amelia Putri Ananda
NIM : 1707621050
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : ameliaanmd.10@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:

Analisis Hubungan *Social Presence*, *Pleasure*, Dan *Impulsive Buying* Dalam Konteks *Live Streaming* Tiktok Pada Generasi Z.

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, 08 Agustus 2025

Penulis

(Amelia Putri Ananda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Analisis Hubungan *Social Presence*, *Pleasure*, Dan *Impulsive Buying* Dalam Konteks *Live Streaming* Tiktok Pada Generasi Z” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan, doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, atas arahan dan dukungan penuh dalam proses akademik penulis. Semoga Allah SWT memudahkan segala urusan beliau.
3. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingan, kesabaran, dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II, atas segala bimbingan dan semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Semoga segala kebaikan beliau mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.
5. Seluruh staf Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi dan proses akademik selama masa perkuliahan.
6. Orang tua tercinta, Bapak Hariyanto dan Ibu Ayu Pratika yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang tiada henti. Segala keberhasilan ini tidak lepas dari pengorbanan dan dukungan mereka.
7. Kekasih tercinta, Kevin Anugrah Sugiarto A.Md.I.K yang telah setia mendengarkan setiap keluh kesah, memberikan semangat, cinta, dan

kehangatan yang menjadi penguat di setiap langkah perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas pengertian dan cintanya.

8. Teman seperjuangan, Tina Aishwarya Dwi, Reista Putri, Ananda Oktafiani atas kebersamaan dan motivasi yang begitu berarti selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat, doa, dan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 15 Juli 2025

Penulis



Amelia Putri Ananda

NIM. 1707621050

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 Stimulus-Organism-Response (SOR)	14
2.1.2 Teori Social Presence	22
2.1.3 Social Presence of Streamer.....	24
2.1.4 Social Presence of Viewers	29
2.1.5 Pleasure	34
2.1.6 Impulsive Buying.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	44
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	48
2.5 Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50

3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
3.2	Desain Penelitian.....	51
3.3	Populasi dan Sampel	53
3.4	Pengembangan Instrumen	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	64
3.6	Teknik Analisis Data	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1	Deskripsi Data Uji Sample Kecil	73
4.1.1	Subjek Penelitian.....	73
4.2	Deskripsi Data Uji Sample Besar.....	79
4.2.1	Deskripsi Profil Responden.....	79
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	81
4.3	Hasil	86
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	86
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.3.3	Uji Hipotesis	102
4.4	Pembahasan.....	106
4.4.1	Pengaruh Social Presence of Streamer terhadap Pleasure (H1).....	106
4.4.2	Pengaruh Social Presence of Viewers terhadap Pleasure (H2)	108
4.4.3	Pengaruh Pleasure terhadap Impulsive Buying (H3).....	109
4.4.4	Pengaruh Langsung Social Presence terhadap Impulsive Buying (H4 & H5).....	111
4.4.5	Peran Mediasi Pleasure (H6).....	112
BAB V PENUTUP.....		115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Implikasi Penelitian.....	116
5.3	Keterbatasan penelitian	117
5.4	Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya	117
DAFTAR PUSTAKA		119
DAFTAR LAMPIRAN		133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		172

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	40
Tabel 2.2. Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	48
Tabel 3.1. Rincian Waktu Penelitian	50
Tabel 3.2 Pengembangan Indikator	57
Tabel 4. 1 Outer Loadings Sampel Kecil.....	74
Tabel 4. 2 Average variance extracted (AVE)	75
Tabel 4. 3 Fornell-Larcker Criterion	76
Tabel 4. 4 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	77
Tabel 4. 5 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR)	78
Tabel 4. 6 Profil Responden	79
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Social Presence of Streamer.....	84
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Social Presence of Viewers	84
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Pleasure	85
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Impulsive Buying	85
Tabel 4. 12 Outer Loadings.....	89
Tabel 4. 13 Average Variance Extracted (AVE)	90
Tabel 4. 14 Fornell-Lacker Criterion	92
Tabel 4. 15 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	93
Tabel 4. 16 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR).....	94
Tabel 4. 17 Hasil Nilai R-Squares.....	97
Tabel 4. 18 Hasil Nilai F-Squares	98
Tabel 4. 19 Hasil Nilai Q-Squares.....	100
Tabel 4. 20 Hasil Nilai Collinearity Statistic (VIF)	101
Tabel 4. 21 Path Coefficient (Koefisien Jalur) Pengaruh Langsung	102
Tabel 4. 22 Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Data Penetrasi Berdasarkan Generasi	2
Gambar 1. 2 Negara dengan pengguna TikTok terbesar Juli 2024	3
Gambar 1. 3 Demografi Pengguna TikTok di Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Suasana di dalam live streaming TikTok Shop	8
Gambar 2. 1 Diagram Alir Kerangka Konseptual.....	44
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian	48
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model.....	87



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	133
Lampiran 2. Kartu Konsultasi Bimbingan Dosen Pembimbing I dan II.....	134
Lampiran 3. Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Realibilitas	135
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Data Responden Uji Validitas dan Realibilitas	140
Lampiran 5 Tabulasi Hasil Data Responden Final.....	144
Lampiran 6. Hasil Plagiarisme Turnitin.....	172

