

SKRIPSI

**PENGARUH APLIKASI TIKTOK LIVE STREAMING
TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PRODUK
FASHION**



ZAHRAH MAHARANI PUTRI

1515620051

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aplikasi TikTok Live Streaming Terhadap Perilaku Impulsive
Buying Produk Fashion

Penyusun : Zahrah Maharani Putri

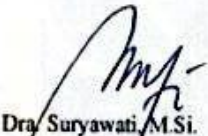
NIM : 1515620051

Tanggal Ujian : 29 juli 2025

Disetujui Oleh

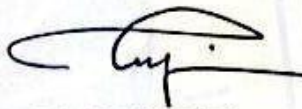
Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dra. Suryawati, M.Si.

NIP. 196404241988112001

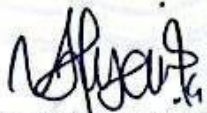


Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

NIP. 196403251989032003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aplikasi TikTok Live Streaming Terhadap Perilaku Impulsive
Buying Produk Fashion

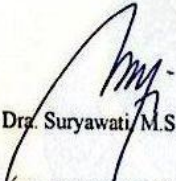
Penyusun : Zahrah Maharani Putri

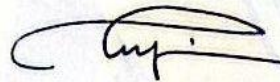
NIM : 1515620051

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Dra. Suryawati, M.Si.
NIP. 196404241988112001


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

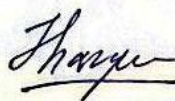
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

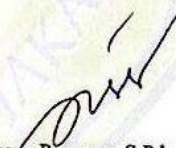
Ketua Penguji

Penguji Ahli

Anggota Penguji


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


M. Noerharyono, S.Pd., M.Pd. NIP.196810312003121001


Rahayu Purnama, S.Pd., M.Pd., Ph.D. NIP. 198607232025062001

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 sebelumnya untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini dibuat murni dari gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Zahrah Maharani Putri

Nim. 1515620051



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili : 021-4894221
Email : 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 : Zahrah Maharani Putri
NIM : 1515620051
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Busana

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 Aplikasi TikTok Live Streaming Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediasikan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, 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, 29 Juli 2025

Penulis

(Zahrah Maharani Putri)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, rahmat serta hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Aplikasi TikTok Live Streaming Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, Program Studi Pendidikan Tata Busana di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. phil. Yeni Sesnawati, M.T. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta
3. Dra. Melly Prabawati, M.Pd. selaku Pembimbing Akademik Angkatan 2020 Program Studi Pendidikan Tata Busana
4. Dra. Suryawati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Dra. Eneng Lutfia Zahra, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan
7. Seluruh Staff Tata Usaha di Program Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini
8. Kedua orang tua, kakek dan nenek, serta adik peneliti yang selalu memberikan semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman teman Nadia, Alia, Najwa, Riska, Atikah, Riri yang telah membantu, mendukung peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini
10. Teman teman Program Studi Pendidikan Tata Busana 2020 semasa perkuliahan
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian peneliti

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 27 Juli 2025

Zahrah Maharani Putri

Nim. 1515620051



Intelligentia - Dignitas

PENGARUH APLIKASI TIKTOK LIVE STREAMING TERHADAP PERILAKU IMPULSIF BUYING PRODUK FASHION

Zahrah Maharani Putri

Dosen Pembimbing: Dra. Suryawati, M.Si., Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi tiktok live streaming terhadap perilaku impulsive buying produk fashion. Penelitian live streaming diukur berdasarkan indikator interaksi, real time, dan alat promosi. Penelitian impulsive buying diukur berdasarkan indikator spontanitas;kekuatan paksaan, dan intensitas; menggairahkan dan simulasi; mengabaikan konsekuensi.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket yang dibuat melalui google formulir, dan disebar melalui media sosial. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden dengan perhitungan menggunakan rumus Cochran. Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil persentase yang didapatkan dari live streaming, yaitu indikator interaksi sebesar 60%, real time sebesar 78%, dan alat promosi 66%. Hasil persentase yang didapatkan untuk impulsive buying, yaitu indikator spontanitas sebesar 47%; kekuatan, paksaan, dan intensitas sebesar 36%; menggairahkan dan simulasi 36%; mengabaikan konsekuensi sebesar 44%. Hasil analisis data menunjukkan bahwa live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying dengan t hitung sebesar 4,257, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil koefisiensi determinasi sebesar 0,156, dapat diartikan bahwa 15,6% impulsive buying produk fashion dipengaruhi oleh live streaming sedangkan 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: TikTok, live Streaming, streamer, impulsive buying, produk fashion

Intelligentia - Dignitas

***THE INFLUENCE OF TIKTOK LIVE STREAMING ON IMPULSIVE
BUYING BEHAVIOR OF FASHION PRODUCTS***

Zahrah Maharani Putri

Supervisors: Dra. Suryawati, M.Si., Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of TikTok live streaming on impulsive buying behavior of fashion products. The live streaming research is measured based on indicators of interaction, real time, and promotional tools. The impulsive buying research is measure based on indicators of spontaneity; power, compulsion, and intensity; excitement and simulation; disregard for consequences.

This research uses a survey method with a quantitative approach. Data collection created through Google Form, and was distributed via social media. The sample used consisted of 100 respondents calculated using the Cochran formula. The analysis used in this study employs simple linear regression analysis. The percentage result obtained from live streaming are as follows, interaction indicator of 60%, real time of 78%, and promotion tools of 66%. The percentage result obtained for impulsive buying are: spontaneity indicator 47%; power, compulsion, and intensity of 36%; excitement and simulation of 36%; disregard for consequences of 44%. The results of the data analysis indicate that live streaming has a positive and signifivant effect on impulsive buying with a t-value of 4,257 and significance value of 0,000. The coefficient of determination result at 0,156 can be interpreted that 15,6% of impulsive buying of fashion products is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: TikTok, live streaming, streamer, impulsive buying, fashion products.

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 TikTok.....	8
2.1.2 TikTok Shop.....	10
2.1.3 Keunggulan TikTok Shop	12
2.1.4 Live Streaming.....	13
2.1.5 Live Streaming Produk Fashion.....	15
2.1.6 Indikator Live Streaming	17
2.1.7 Impulsive Buying.....	18
2.1.8 Tipe Tipe Perilaku Impulsive Buying	19
2.1.9 Karakteristik Impulsive Buying	19
2.1.10 Indikator Impulsive Buying	20
2.1.11 Produk Fashion.....	20
2.1.11.1 Definisi Produk	20
2.1.11.2 Definisi Fashion	21
2.1.11.3 Macam Macam Produk Fashion.....	22
2.2 Penelitian Relevan.....	24

2.3 Kerangka Berpikir.....	27
2.4 Hipotesis Statistika.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Tujuan Operasional Penelitian	31
3.2.Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.3.Metode Penelitian.....	31
3.4.Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel.....	32
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5.Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1 Instrumen Variabel Live Streaming	34
3.5.1.1 Definisi Konseptual	34
3.5.1.2 Definisi Operasional.....	34
3.5.1.3 Instrumen Penelitian.....	34
3.5.1.4 Pengujian Validitas	36
3.5.1.5 Pengujian Reliabilitas.....	36
3.5.2 Instrumen Variabel Impulsive Buying	37
3.5.2.1 Definisi Konseptual.....	37
3.5.2.2 Definisi Operasional.....	37
3.5.2.3 Instrumen Penelitian.....	37
3.5.2.4 Pengujian Validitas	39
3.5.2.5 Pengujian Reliabilitas.....	39
3.6.Teknik Analisa Data.....	40
3.6.1 Uji Prasyarat Analisis.....	40
3.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji T.....	42
3.6.3 Koefisien Determinasi.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Data.....	44
4.1. Karakteristik Responden	44
4.2. Pengujian Prasyarat Analisis Data	47
4.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Live Streaming (X).....	47
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Live Streaming (X).....	47
4.2.3 Hasil Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y).....	47
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Impulsive Buying (Y).....	48
4.3. Data Hasil Penelitian.....	48
4.3.1 Data Hasil Variabel Live Streaming	48
4.3.2 Data Hasil Variabel Impulsive Buying	56
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.5. Hasil Uji Hipotesis	68
4.5.1 Hasil Uji Regresi Linier dan Uji T	68
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	69

4.7. Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN TEMUAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2.Saran.....	76
5.3.Temuan.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	82



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	21
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Live Streaming	31
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Impulsive Buying	34
Tabel 3.4 Skala Likert	34
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Data Usia.....	41
Tabel 4.3 Data Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Data Domisili	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Live Streaming	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Impulsive Buying	44
Tabel 4.7 Hasil Indikator Interaksi.....	44
Tabel 4.8 Kategori Indikator Interaksi	45
Tabel 4.9 Hasil Indikator Real Time.....	46
Tabel 4.10 Kategori Indikator Real Time	47
Tabel 4.11 Hasil Indikator Alat Promosi	49
Tabel 4.12 Kategori Indikator Alat Promosi.....	50
Tabel 4.13 Hasil Indikator Spontanitas.....	50
Tabel 4.14 Kategori Indikator Spontanitas	52
Tabel 4.15 Hasil Indikator Kekuatan, Paksaan, dan Intensitas	52
Tabel 4.16 Kategori Indikator Kekuatan, Paksaan, dan Intensitas	54
Tabel 4.17 Hasil Indikator Menggairahkan dan Simulasi.....	54
Tabel 4.18 Kategori Indikator Menggairahkan dan Simulasi	56
Tabel 4.19 Hasil Indikator Mengabaikan Konsekuensi	57
Tabel 4.20 Kategori Indikator Mengabaikan Konsekuensi.....	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Linearitas	60

Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi.....	61
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk yang paling banyak diminati live streaming shopping	3
Gambar 2.1 Tampilan live streaming (siaran langsung) pada FYP peneliti	14
Gambar 2.2 Tampilan live streaming yang sedang berlangsung	14
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Gambar Grafik Interaksi.....	50
Gambar 4.2 Gambar Grafik Real Time.....	53
Gambar 4.3 Gambar Grafik Alat Promosi	55
Gambar 4.4 Gambar Grafik Spontanitas.....	57
Gambar 4.5 Gambar Grafik Kekuatan, Paksaan, dan Intensitas	60
Gambar 4.6 Gambar Grafik Menggairahkan dan Simulasi.....	62
Gambar 4.7 Gambar Grafik Mengabaikan Konsekuensi	65
Gambar 4.8 Gambar Grafik Variabel Live Streaming.....	70
Gambar 4.9 Gambar Grafik Variabel Impulsive Buying.....	72

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Dosen Uji Validitas 1.....	83
Lampiran 2. Surat Permohonan Dosen Uji Validitas 2.....	84
Lampiran 3. Surat Pernyataan Dosen Uji Validitas 1	85
Lampiran 4. Surat Pernyataan Dosen Uji Validitas 2.....	86
Lampiran 5. Instrumen Penelitian.....	87
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Korelasi Product Moment.....	93
Lampiran 7. Hasil Tabel Distribusi Frekuensi	95
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup.....	103

