

PENGARUH PERILAKU INTERAKTIVITAS *LIVE STREAMING* TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN THRIFT SHOP MELALUI LITERASI EKONOMI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA GENERASI Z DI PROVINSI DKI JAKARTA

**RHI MUHAMMAD IBNU HIBBAN
1701621134**



Intelligentia - Dignitas

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

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

**THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING INTERACTIVITY
BEHAVIOR ON PURCHASE INTENTION IN THRIFT SHOP
PURCHASING DECISIONS THROUGH ECONOMIC
LITERACY AS A MEDIATING VARIABLE IN A STUDY ON
GENERATION Z IN DKI JAKARTA PROVINCE**

RHI MUHAMMAD IBNU HIBBAN

1701621134

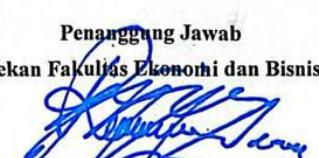


**This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a
Bachelor of ducationdegree at the Faculty of Economics and
Business, Jakarta State University.**

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI											
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001											
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal								
1	Prof. Dr. Siti Nurjanah, SE, M.Si. NIP. 19720141998022001 (Ketua Sidang)		8-8-2025								
2	Prof. Dr. Sri Indah Nikensari, SE, M.SE NIP. 196208091990032001 (Penguji 1)		8-8-2025								
3	Riswandi, M.Pd.E NIP. 19910711203211025 (Penguji 2)		6-8-2025								
4	Dr. Karuniana Dianta A.Sebyang, ME NIP. 198009242008121002 (Pembimbing 1)		6-8-2025								
5	Prof. Dr. Saparuddin M, SE, M.Si NIP. 199108182019032019 (Pembimbing 2)		4-8-2025								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 35%;">Nama</td> <td>: Rhi Muhammad Ibnu Hibban</td> </tr> <tr> <td>No. Registrasi</td> <td>: 1701621134</td> </tr> <tr> <td>Program Studi</td> <td>: S1 Pendidikan Ekonomi</td> </tr> <tr> <td>Tanggal Lulus</td> <td>: 25 Juli 2025</td> </tr> </table>				Nama	: Rhi Muhammad Ibnu Hibban	No. Registrasi	: 1701621134	Program Studi	: S1 Pendidikan Ekonomi	Tanggal Lulus	: 25 Juli 2025
Nama	: Rhi Muhammad Ibnu Hibban										
No. Registrasi	: 1701621134										
Program Studi	: S1 Pendidikan Ekonomi										
Tanggal Lulus	: 25 Juli 2025										

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta dengan data diri sebagai berikut :

Nama : Rhi Muhammad Ibnu Hibban

NIM : 1710621134

Program Studi : S1 Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "Pengaruh Perilaku
Interaktivitas Live Streaming terhadap Purchase Intention pada keputusan pembelian thrift
shop, melalui Literasi Ekonomi sebagai Variabel Mediasi Studi pada Generasi Z di Provinsi
DKI Jakarta" adalah :

1. Saya menggabungkan data penelitian yang Saya kumpulkan sendiri dalam Menyusun skripsi ini.
2. Saya meyakinkan bahwa skripsi ini benar-benar orisinal dan bukan sekedar replikasi atau interpretasi dari karya orang lain.
3. Saya ingin menegaskan bahwa skripsi ini mencerminkan ide-ide dan pemikiran Saya yang telah dirangkai dengan teliti.

Saya bertekad untuk menyajikan Informasi yang akurat dan siap menerima konsekuensi jika ada kesalahan dalam pernyataan Saya.

Jakarta, 10 Agustus 2025



Rhi Muhammad Ibnu Hibban



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS 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 : Rhi Muhammad Ibnu Hibban

NIM : 1701621134

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Ekonomi

Alamat email : rhiibnuhibban@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 Interaktivitas Live Streaming terhadap purchase intention pada keputusan pembelian thrift shop

Melalui literasi ekonomi sebagai Variabel Mediasi studi kepada Generasi Provinsi DKI Jakarta

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 10 Agustus 2025
Rhi m. Ibnu hibban

(.....)
nama dan tanda tangan

ABSTRAK

RHI MUHAMMAD IBNU HIBBAN, Pengaruh Perilaku Interaktivitas *Live Streaming* dan Purchase Intention pada Produk Thrift Shop dengan Literasi Ekonomi sebagai Variabel Mediasi Studi pada Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Jakarta. 2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku interaktivitas dalam live streaming dan purchase intention terhadap keputusan pembelian produk thrift shop, dengan literasi ekonomi sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 100 responden mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Purchase intention juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk thrift shop. Namun, literasi ekonomi tidak memediasi pengaruh interaktivitas live streaming maupun purchase intention terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat penerapan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam memahami perilaku konsumsi digital generasi muda, serta menegaskan pentingnya elemen interaktivitas dalam strategi pemasaran live streaming produk thrift. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literasi ekonomi digital dan masukan praktis bagi pelaku usaha thrift shop dalam merancang promosi yang lebih efektif.

Kata Kunci: interaktivitas live streaming, purchase intention, literasi ekonomi, keputusan pembelian, produk thrift shop, Generasi Z

ABSTRACT

RHI MUHAMMAD IBNU HIBBAN, The Influence of Live Streaming Interactivity Behavior and Purchase Intention on Thrift Shop Products with Economic Literacy as a Mediating Variable: A Study on Generation Z in DKI Jakarta Province. Undergraduate Thesis. Jakarta. Economics Education Study Program. Faculty of Economics and Business. State University of Jakarta. 2025

This study aims to analyze the influence of interactivity behavior in live streaming and purchase intention on the purchase decision of thrift shop products, with economic literacy as a mediating variable among Generation Z in DKI Jakarta Province. The method used is a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires administered to 100 student respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of the study show that live streaming interactivity has a positive and significant effect on purchase decisions. Purchase intention also has a significant effect on the purchase decision of thrift shop products. However, economic literacy does not mediate the effect of live streaming interactivity or purchase intention on purchase decisions. These findings reinforce the application of the Theory of Planned Behavior (TPB) in understanding the digital consumption behavior of the younger generation and emphasize the importance of interactivity elements in live streaming marketing strategies for thrift products. This research provides theoretical contributions to the development of digital economic literacy and practical input for thrift shop business actors in designing more effective promotions.

Keywords: live streaming interactivity, purchase intention, economic literacy, purchase decision, thrift shop products, Generation Z

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan ridho, karunia, dan hidayah-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Perilaku Interaktivitas *Live Streaming* dan Purchase Intention pada Produk Thrift Shop sebagai Objek Usaha, dengan Literasi Ekonomi sebagai Variabel Mediasi Studi pada Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Di balik proses pengerjaan skripsi ini terdapat beberapa pihak yang turut berperan dalam memberikan bantuan dan dukungan untuk peneliti. Oleh karena itu, dengan kesungguhan hati peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Mohamammad Rizan, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suparno, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Karuniana Dianta A. Sebayang, M.E. dan Prof. Dr. Saparuddin Mukhtar, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan serta solusi kepada peneliti dalam proses penyusunan Skripsi ini.
4. Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta baik para staf maupun dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman yang bermanfaat selama kegiatan perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak dan Ibu yang merupakan orang tua hebat dan kuat karena telah mendidik peneliti dengan sabar dan selalu mengusahakan yang terbaik untuk peneliti. Peneliti sangat bersyukur atas kehadiran orang tua yang sangat amat berarti dalam hidup peneliti, tanpa keduanya peneliti tidak dapat mencapai pada titik yang membanggakan ini. Serta adik saya, yang peranya tidak kalah penting dalam memberikan dorongan kepada peneliti.
6. Sahabat seperjuangan peneliti yang telah memberikan motivasi dan menjadi

tempat keluh kesah selama perkuliahan. Mari tetap berjuang untuk segala hal baik.

7. teman-teman CSSMoRA UNJ dan PMII UNJ yang turut berperan, terima kasih atas segala bantuan dan solusi dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Dan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang dan berusaha mempelajari tenaga baik pikiran, energi maupun materi, yang sudah bersabar dan bertahan melewati masa sulit maupun bahagia selama masa perkuliahan.

Peneliti juga menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga setiap kritik dan saran yang diberikan sangat dihargai dan diperlukan untuk penyempurnaan lebih lanjut. Harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah pemahaman bagi peneliti, kalangan praktisi, dan pembaca.

Jakarta, 25 Juli 2025

Rhi Muhammad Ibnu Hibban

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Secara Teoritis	6
1.4.2. Secara Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Interaktivitas <i>Live Streaming</i> berpengaruh positif terhadap sikap konsumen	8
2.1.1. Pengertian Interaktivitas.....	8
2.1.2. Pengertian Live Streaming	9
2.1.3 Indikator Interaktivitas Live Streaming.....	9
2.2 Purchase Intention.....	11
2.2.1 Pengertian Purchase Intention.....	11
2.2.2. Indikator Purchase Intention.....	16
2.3 Literasi Ekonomi.....	19
2.3.2. Pengertian Literasi Ekonomi	19
2.3.3. Indikator Literasi Ekonomi.....	22
2.4 Keputusan Pembelian Terhadap Produk Thrift	23
2.4.1. Pengertian Thrift Shop	23
2.4.2. Perilaku Konsumen terhadap Produk Thrift	25
2.4.3. Keputusan Pembelian terhadap produk thrift.....	25
2.5 Penelitian Relevan	28
2.6 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	33
2.6.1. Pengaruh Perilaku Interaktivitas <i>Live Streaming</i> terhadap Niat Beli	

Thrift Shop.....	34
2.6.2. Pengaruh Perilaku Purchase Intention pada Produk Thrift Shop sebagai Objek Usaha.....	35
2.6.3. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Interaktivitas <i>Live Streaming</i> Terhadap Thrift Shop sebagai Objek Usaha	36
2.6.4. Pengaruh Perilaku Interaktivitas <i>Live Streaming</i> terhadap Niat Beli Purchase Intention dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.1.1. Tempat Penelitian	40
3.2.1. Waktu Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1. Populasi.....	41
3.2.2. Sampel.....	42
3.2.3. Rumus Slovin	42
3.3 Pengembangan Instrumen	43
3.4 Teknik pengumpul Data	55
3.5 Teknik Analisis Data.....	56
3.5.1 Analisis Statistis deskriptif.....	56
3.5.2. Pengujian Model Pengeluaran (Outer Model)	56
3.5.3. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi data.....	60
4.1.1. Deskripsi profil Responden	60
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	64
4.2.1. Keputusan Pembelian terhadap produk thrif (Y)	66
4.2.2. Intetraktivitas Live Streaming (X1)	66
4.2.3. Purchase Intention (X2).....	67
4.2.4. Literasi Ekonomi (Z).....	69
4.3 Pengujian Outer Model	70
4.3.1. Uji Validitas Konvergen.....	70
4.3.2. Uji Validitas Diskriminan.....	72
4.3.3. Uji Reabilitas	74

4.4	Pengujian Inner Model.....	75
4.4.1.	Uji Multikolinearitas.....	75
4.4.2.	Uji koefisien Determinasi.....	76
4.4.3.	Uji Path Coefficient dan Signifikansi Hipotesis.....	78
4.4.4.	Uji Hipotesis.....	80
4.5	Pembahasan.....	82
4.5.1.	Interaktivitas Live Streaming berpengaruh positif terhadap Keputusan.....	82
4.5.2	Purchase Intention berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift (H2).....	83
4.5.3	Literasi Ekonomi tidak memediasi hubungan Interaktivitas Live Streaming.....	85
4.5.4	Literasi Ekonomi tidak memediasi hubungan Purchase Intention terhadap.....	86
BAB V	PENUTUP.....	89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	90
5.3	Implikasi Penelitian.....	91
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		126

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis Sumber :Data diolah Peneliti.....	33
Gambar 4. 1 Kerangka Jalur Penelitian	78



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	97
Lampiran 2.....	97
Lampiran 3.....	97
Lampiran 4.....	104
Lampiran 5.....	122
Lampiran 6.....	122
Lampiran 7.....	122
Lampiran 8.....	123
Lampiran 9.....	123
Lampiran 10.....	124
Lampiran 11.....	125



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel 3. 1 Populasi Penelitian	41
Tabel 3. 2 Pengembangan instrumen.....	43
Tabel 3. 3 Kisi - kisi Instrumen Variabel Penelitian	48
Tabel 3. 4 Skala Libert	55
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	62
Tabel 4. 4 Tabel Analisis Statistik Deskriptif.....	65
Tabel 4. 5 Uji Analisis Deskriptif Variabel Y	66
Tabel 4. 6 Uji Analisis Deskriptif Variabel X1	66
Tabel 4. 7 Uji Analisis Deskriptif Variabel X2	67
Tabel 4. 8 Uji Analisis Deskriptif Variabel Z.....	69
Tabel 4. 9 Outer Loading	70
Tabel 4. 10 Discriminant Validity - Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	73
Tabel 4. 11 Construck reliabilty and Validity.....	74
Tabel 4. 12 Tabel Koefisien VIF	75
Tabel 4. 13 Tabel R-Square.....	77
Tabel 4. 14 Tabel Path Coefficients	80
Tabel 4. 15 uji hipotesis	81

Intelligentia - Dignitas