

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *COUNTDOWN*, DAN
INFLUENCER TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
PENGGUNA *TIKTOK SHOP* DENGAN *EMOTIONAL AROUSAL*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

FERDILA AYU WANDANSARI

1707621034



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 BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, COUNTDOWN
TIMERS, AND INFLUENCERS ON IMPULSIVE BUYING
AMONG TIKTOK SHOP USERS WITH EMOTIONAL AROUSAL
AS A MEDIATING VARIABLE***

FERDILA AYU WANDANSARI

1707621034



Intelligentia - Dignitas

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

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR BENTUK: SKRIPSI

Nama Mahasiswa : FERDILA AYU WANDANSARI
NIM : 1707621034
Judul Penelitian : Pengaruh Live Streaming, Countdown, dan Influencer Terhadap
Impulsive Buying Pada Pengguna TikTok Shop Dengan Emotional
Arousal Sebagai Variabel Mediasi

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 13 Juli 2026
Pembimbing/Pembimbing I/ Promotor,)*

(Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph. D)
NIDN. 0021127405

Pembimbing II/ Ko-Promotor)*

(Rizka Zakiah., M.Pd)
NIDN. 0018019404

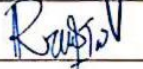
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ferdila Ayu Wandansari
NIM : 1707621034
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming*, *Countdown*, dan *Influencer* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Pengguna TikTok Shop dengan *Emotional Arousal* Sebagai Variabel Mediasi

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 30 Juni 2026

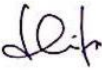
Tim Penguji,

Ketua	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D	
	NIP. 198209082010122004	
Sekretaris	Dr. Annisa Lutfia, M.Pd	
	NIP. 198802142022032001	
Penguji Ahli	Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 199012212024061001	
Pembimbing 1	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph. D	
	NIP. 197412212008121001	
Pembimbing 2	Rizka Zakiah., M.Pd	
	NIP. 199401182023212040	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, M.M.
NIDN/NUPTK.0027067204

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis


Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIDN/NUPTK. 0008098205

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : FERDILA AYU WANDANSARI
NIM : 1707621034
Program Studi : PENDIDIKAN BISNIS
Fakultas : EKONOMI dan BISNIS
Judul TA : Pengaruh *Live Streaming, Countdown, dan Influencer Terhadap Impulsive Buying* Pada Pengguna TikTok Shop Dengan *Emotional Arousal* Sebagai Variabel Mediasi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 01 Juli 2026

Yang menyatakan,


Ferdila Ayu Wandansari
1707621034

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Ferdila Ayu Wandansari
NIM : 1707621034
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : ferdilaayu20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain(.....)
yang berjudul :

PENGARUH *LIVE STREAMING, COUNTDOWN, DAN INFLUENCER* TERHADAP
IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP DENGAN *EMOTIONAL AROUSAL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 12 Juli 2026

Penulis

(Ferdila Ayu Wandansari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yaitu penelitian skripsi. Penelitian skripsi saya berjudul **“Pengaruh *Live Streaming, Countdown, dan Influencer Terhadap Impulsive Buying* pada Pengguna TikTok Shop dengan *Emotional Arousal* sebagai Variabel Mediasi”**. Tujuan dari penyusunan penelitian skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penyusunan naskah skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M. M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dita Puruwita, S. Pd., M. Si., Ph. D. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing serta memberikan arahan selama masa perkuliahan.
3. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph. D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan, serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Rizka Zakiah, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan, serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi dan selama masa perkuliahan.
5. Dr. Annisa Lutfia, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Dosen-Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah mengajarkan serta memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Cinta pertama, Ayahanda tercinta Alm. Hamid, sosok yang penulis rindukan kehadirannya. Meski tidak sempat menemani penulis melalui masa perkuliahan ini, beliau tetap menjadi sosok Ayah terhebat dalam hidup penulis. Terima kasih atas kasih sayang, kerja keras, dan perjuangan yang pernah diberikan kepada penulis. Doa dan harapan Ayah semasa hidup menjadi motivasi yang akan terus menguatkan langkah penulis untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini dan membahagiakan Ibu. Semoga Ayah melihat putri kecil Ayah dari tempat terbaik di sisi-Nya.
8. Ibunda tercinta Musringatin, yang telah menjadi cahaya dalam setiap langkah penulis. Sosok Ibu yang menjadi perempuan tangguh yang begitu hebat menjadi tulang punggung keluarga untuk menghidupi dan membahagiakan anak-anaknya. Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tak pernah lekang oleh waktu, kerja keras dan semangat yang tak pernah padam, serta perjuangan yang diberikan dengan setulus hati. Terima kasih untuk setiap doa yang selalu dipanjatkan, doa yang menjadi penerang untuk setiap proses penulis hingga mengantarkan penulis sampai sarjana. Semoga Allah Swt selalu menguatkan hati Ibu dan memberikan kesehatan agar bisa mendampingi penulis untuk mewujudkan semua impiannya.
9. Saudariku tersayang, Intan Cahyaningtyas, S.Pd. kakak yang telah mendampingi penulis dari kecil hingga menyelesaikan pendidikan sampai sarjana. Beliau adalah penguat sekaligus motivator untuk penyusunan penelitian ini. Terima kasih atas doa yang dipanjatkan serta dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses perjalanan pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi pelindung, penyemangat, dan penopang saat penulis hampir menyerah.
10. Rofidin Nur Alwi yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penyusunan penelitian ini. Terima kasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah, segala usaha yang diberikan mulai dari tenaga, waktu, moril, serta dukungan untuk mendampingi penulis melewati masa sulit dalam penyusunan

skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari kekuatan yang mendorong penulis untuk menyelesaikan perjalanan ini.

11. Frisca dan Fia sebagai sahabat penulis. Terima kasih telah menjadi sahabat penulis dari awal perkuliahan. Walaupun mereka tidak selalu bersama penulis, tetapi mereka adalah rumah kedua penulis dalam menjalani kehidupan di perantauan. Kehadiran mereka yang menjadikan penulis semangat dan kuat untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi pendengar, pendukung, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Keluarga babayo (Felisha, Fildzah, Ghina, Kinas, Irham, Rangga, Alvin, Arya, Mahesa, Adefa, Filipi, Reza, Fajar, Berliansyah) selaku teman dan keluarga di kampus memberikan dukungan, dan segala bantuan dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
13. Teman-teman S1 Pendidikan Bisnis Angkatan 2021, yang senantiasa memberikan dukungan, saran, dan segala bantuan selama masa perkuliahan.
14. Semua pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan arahan dan dukungan demi keberhasilan penyusunan skripsi ini.
15. Untuk diri saya sendiri Ferdila Ayu Wandansari, terima kasih telah kuat dan bertahan sampai detik ini, walaupun seringkali ingin menyerah dan merasa putus asa. Apresiasi sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri karena sudah bertanggungjawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih sudah berjuang dan tidak menyerah walaupun terlambat. Penulis tahu perjalanan ini belum selesai, masih banyak ketidakpastian dan badai yang mungkin akan datang, tapi semoga raga ini tetap kuat, hati ini tetap tegar dalam menghadapi proses kehidupan. Tetaplah tumbuh dengan baik, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk dijadikan masukan bagi penyempurnaan skripsi ini. Peneliti

berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memperluas pengetahuan serta wawasan.

Jakarta, 10 Juni 2026

Ferdila Ayu Wandansari



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung.....	16
2.1.1 Landasan Teori	16
2.1.2 <i>Live Streaming</i>	18
2.1.3 <i>Countdown</i>	21

2.1.4	<i>Influencer</i>	23
2.1.5	<i>Emotional Arousal</i>	25
2.1.6	<i>Impulsive Buying</i>	27
2.2	Hasil Penelitian Relevan	29
2.3	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	38
2.3.1	Pengembangan Hipotesis	38
2.3.2	Kerangka Teori.....	57
2.3.3	Hipotesis Penelitian :	57
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	59
3.1.1	Waktu Penelitian	59
3.1.2	Tempat Penelitian.....	59
3.2	Desain Penelitian	61
3.3	Populasi dan Sampel	62
3.3.1	Populasi Penelitian.....	62
3.3.2	Sampel Penelitian.....	63
3.4	Pengembangan Instrumen	64
3.4.1	<i>Live Streaming</i>	64
3.4.2	<i>Countdown</i>	66
3.4.3	<i>Influencer</i>	68
3.4.4	<i>Emotional Arousal</i>	70
3.4.5	<i>Impulsive Buying</i>	71
3.5	Teknik Pengumpulan Data	73
3.6	Teknik Analisis Data	74

3.6.1	<i>Outer Model (Measurement Model)</i>	74
3.6.2	<i>Inner Model (Structural Model)</i>	78
3.6.3	<i>Path Coefficients (Uji Hipotesis)</i>	80
BAB IV PEMBAHASAN		82
4.1	Deskripsi Data	82
4.1.1	Deskripsi Profil Responden.....	82
4.1.2	Analisis Deskriptif	87
4.2	Hasil Penelitian	98
4.3	Pembahasan	121
BAB V PENUTUP		138
5.1	Kesimpulan	138
5.2	Implikasi Penelitian	140
5.3	Keterbatasan Penelitian	144
5.4	Rekomendasi Penelitian	146
DAFTAR PUSTAKA		148
LAMPIRAN		159

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia Periode 2020-2029	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna <i>Social Commerce</i> di Indonesia Tahun 2020 - 2029	2
Gambar 1. 3 <i>Social Commerce</i> Yang Banyak Dipakai Konsumen Indonesia.....	3
Gambar 1. 4 <i>Impulsive Buying</i> Pada Media Sosial	4
Gambar 1. 5 Data Platform <i>Live Shopping</i> Favorit di Indonesia Tahun 2024	5
Gambar 1. 6 TikTok <i>Live Shopping</i>	6
Gambar 1. 7 <i>System Countdown</i> Pada <i>Live Streaming</i> TikTok.....	6
Gambar 1. 8 Peringkat Pertama <i>Influencer Live Streaming</i> Terpopuler 2026	7
Gambar 2. 1 Teori S-O-R	18
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	57
Gambar 3. 1 Provinsi dengan Penetrasi Internet Tertinggi & Terendah 2025	60
Gambar 4. 1 <i>Path Diagram</i> Uji Coba	99

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Relevan	29
Tabel 3. 1 <i>Timeline</i> Penelitian	59
Tabel 3. 2 Operasional Variabel <i>Live Streaming</i>	65
Tabel 3. 3 Operasional Variabel <i>Countdown</i>	67
Tabel 3. 4 Operasional Variabel <i>Influencer</i>	68
Tabel 3. 5 Operasional Variabel <i>Emotional Arousal</i>	70
Tabel 3. 6 Operasional Variabel <i>Impulsive Buying</i>	72
Tabel 3. 7 <i>Skala Likert</i>	74
Tabel 3. 8 <i>Rule of Thumb Inner Model</i>	80
Tabel 4. 1 Profil Responden Jenis Kelamin	82
Tabel 4. 2 Profil Responden Usia.....	83
Tabel 4. 3 Domisili.....	84
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir	85
Tabel 4. 5 Pekerjaan	86
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Live Streaming</i>	87
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Countdown</i>	89
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Influencer</i>	91
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Emotional Arousal</i>	93
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Impulsive Buying</i>	96
Tabel 4. 11 <i>Outer Loadings</i>	99
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i>	102
Tabel 4. 13 <i>Fornell Lacker</i>	103
Tabel 4. 14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	101
Tabel 4. 15 <i>Composite Reliability</i>	105
Tabel 4. 16 <i>Cronbach Alpha</i>	106
Tabel 4. 17 <i>R Square</i>	107
Tabel 4. 18 <i>Goodness Of Fit</i>	109
Tabel 4. 19 <i>F Square</i>	110
Tabel 4. 20 <i>Q Square</i>	112

Tabel 4. 21 <i>Direct Effect</i>	114
Tabel 4. 22 <i>Direct Effect</i>	119



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas	159
Lampiran 2. Tabulasi Hasil Data Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	165
Lampiran 3. Instrumen Penelitian Final	166
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Data Responden Final	172



Intelligentia - Dignitas

ABSTRAK

Ferdila Ayu Wandansari, 1707621034, Pengaruh *Live Streaming*, *Countdown*, dan *Influencer* Terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *TikTok Shop* dengan *Emotional Arousal* sebagai Variabel Mediasi. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming*, *countdown*, dan *influencer* terhadap *impulsive buying* pada pengguna *TikTok Shop* dengan *emotional arousal* sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *TikTok Shop* di Indonesia berusia minimal 17 tahun yang pernah melakukan pembelian produk melalui fitur *live streaming* minimal dua kali dalam waktu tiga bulan terakhir di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 290 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan Skala Likert. Penelitian ini mengacu pada teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) untuk menjelaskan hubungan antara rangsangan eksternal, keadaan psikologis internal, dan respons perilaku individu. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS), dan diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Hasil penelitian didapatkan bahwa *Live Streaming* (LS), *Countdown* (C), *Influencer* (IF), dan *Emotional Arousal* (EA) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (IB). *Live Streaming* (LS), *Countdown* (C), dan *Influencer* (IF) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Emotional Arousal* (EA). Serta *Emotional Arousal* (EA) memediasi pengaruh *Live Streaming* (LS), *Countdown* (C), dan *Influencer* (IF) terhadap *Impulsive Buying* (IB).

Kata kunci: *Live Streaming*, *Countdown*, *Influencer*, *Impulsive Buying*, *Emotional Arousal*, *TikTok Shop*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Ferdila Ayu Wandansari, 1707621034. The Influence of Live Streaming, Countdown Timers, and Influencers on Impulsive Buying among TikTok Shop Users with Emotional Arousal as a Mediating Variable. Undergraduate Thesis. Jakarta: Bachelor's Degree Program in Business Education, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to analyze the influence of live streaming, countdown timers, and influencers on impulsive buying among TikTok Shop users, with emotional arousal serving as a mediating variable. The research employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of TikTok Shop users in Indonesia aged 17 years and above who had purchased products through the live streaming feature at least twice within the last three months and resided in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). A non-probability sampling technique with a purposive sampling method was used, resulting in a sample of 290 respondents. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale. This study was based on the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) theory, which explains the relationship between external stimuli, individuals' internal psychological states, and their behavioral responses. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Squares (PLS) approach and processed using SmartPLS version 4. The results indicate that Live Streaming (LS), Countdown Timers (C), Influencers (IF), and Emotional Arousal (EA) have positive and significant effects on Impulsive Buying (IB). Furthermore, Live Streaming (LS), Countdown Timers (C), and Influencers (IF) have positive and significant effects on Emotional Arousal (EA). The findings also reveal that Emotional Arousal (EA) significantly mediates the effects of Live Streaming (LS), Countdown Timers (C), and Influencers (IF) on Impulsive Buying (IB).

Keywords : Live Streaming, Countdown, Influencer, Impulsive Buying, Emotional Arousal, TikTok Shop

Intelligentia - Dignitas