

**PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *E-WOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *TIKTOK LIVE COMMERCE* DI
KALANGAN GEN Z**



Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Oleh:

DINI SEPTI AULINA

NIM: 1707622028S

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

TAHUN 2026

***THE INFLUENCE OF TRUST, PERCEIVED VALUE, AND E-WOM ON
PURCHASE DECISIONS IN TIKTOK LIVE COMMERCE AMONG GEN Z***



*This Undergraduate Thesis is submitted as a partial fulfillment of the
requirements for the degree of Bachelor of Education from the Department of
Business Education, Faculty of Economics and Business at State University of
Jakarta*

By:

DINI SEPTI AULINA

Student ID: 1707622028

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
DEPARTMENT OF BUSINESS EDUCATION
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
YEAR OF 2026***

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



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 : Dini Septi Aulina
NIM : 1707622028
Judul Penelitian : "Pengaruh *Trust*, *Perceived Value*, dan *E-WOM* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada *TikTok Live Commerce* di Kalangan GEN Z."

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

Pembimbing I

Prof. Dr. Corry Yohana, MM
NIP. 195909181985032011

Jakarta, 24 Juni 2026
Pembimbing II

Kusworo, S.Pd., M.Pd
NIP. 198912282024061001

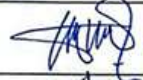
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dini Septi Aulina
NIM : 1707622028
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Trust*, *Perceived Value*, dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Live Commerce di Kalangan GEN Z.

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 16 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004	
Sekretaris	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022	
Penguji Ahli	Ivan Putranto, S.Pd. M.Pd. NIP. 199012212024061001	
Pembimbing 1	Prof. Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011	
Pembimbing 2	Kusworo, S.Pd., M.Pd NIP. 198912282024061001	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM
NIDN. 0027067204

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis,


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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Dini Septi Aulina
NIM : 1707622028
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh Trust, Perceived Value, Dan E-Wom Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Tiktok Live Commerce Di Kalangan Gen Z

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, 7 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Dini Septi Aulina
NIM. 1707622028

LEMBAR PERNYATAAN 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 : Dini Septi Aulina
NIM : 1707622028
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : dseptiulina@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 Trust, Perceived Value, Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Live Commerce di Kalangan Gen Z

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, 10 Agustus 2026

Penulis

(Dini Septi Aulina)

ABSTRAK

Dini Septi Aulina, Pengaruh Trust, Perceived Value, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Live commerce Di Kalangan Gen Z, Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *trust*, *perceived value*, dan *E-WOM* terhadap keputusan pembelian pada TikTok *Live commerce* di kalangan Generasi Z. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan *live commerce* sebagai media pemasaran digital yang mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, khususnya di kalangan Generasi Z sebagai kelompok pengguna aktif media sosial dan platform *e-commerce*. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada 140 responden yang merupakan Generasi Z berdomisili di kota Jakarta dan pernah melakukan pembelian melalui TikTok *Live commerce*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan melalui analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Pengolahan data dilakukan menggunakan software SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *trust* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen Generasi Z cenderung mempertimbangkan manfaat yang diperoleh serta informasi dari konsumen lain dibandingkan hanya mengandalkan kepercayaan terhadap host atau penjual. Sebaliknya, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena persepsi manfaat, kualitas, serta ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Secara simultan, *trust*, *perceived value*, dan *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada TikTok *Live commerce* di kalangan Generasi Z. Hasil penelitian ini memperkuat *Consumer Decision-Making Process* yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari serangkaian tahapan yang saling berkaitan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Trust*, *Perceived Value*, *E-WOM*, Keputusan Pembelian, TikTok *Live commerce*, Generasi Z.

ABSTRACT

Dini Septi Aulina, The Influence of Trust, Perceived Value, and E-WOM on Purchase Decisions in TikTok Live commerce among Generation Z, Undergraduate Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to examine the influence of trust, perceived value, and electronic word of mouth (E-WOM) on purchase decisions in TikTok Live commerce among Generation Z. The study is motivated by the rapid growth of live commerce as a digital marketing medium, which has transformed consumer behavior in making purchase decisions, particularly among Generation Z, who are active users of social media and e-commerce platforms. The data used in this study were primary data collected through a Google Forms-based questionnaire distributed to 140 respondents from Generation Z residing in Jakarta who had previously made purchases through TikTok Live commerce. This study employed a quantitative research method with a survey approach. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. Data were analyzed using descriptive statistical analysis, validity and reliability tests, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing through the t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The data were processed using SPSS version 31. The findings indicate that, partially, trust does not have a positive and significant effect on purchase decisions because Generation Z consumers tend to consider the benefits they receive and information from other consumers rather than relying solely on trust in the host or seller. In contrast, perceived value has a positive and significant effect on purchase decisions, and E-WOM also has a positive and significant effect on purchase decisions, as consumers' perceptions of product benefits and quality, along with reviews and recommendations from other users, increase their confidence in making purchases. Simultaneously, trust, perceived value, and E-WOM have a positive and significant effect on purchase decisions in TikTok Live commerce among Generation Z. The findings of this study reinforce the Consumer Decision-Making Process theory, which explains that purchase decisions are the result of a series of interconnected stages, beginning with need recognition, followed by information search, evaluation of alternatives, and ultimately the purchase decision.

Keywords: Trust, Perceived Value, E-WOM, Purchase Decision, TikTok Live commerce, Generation Z.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Trust, Perceived Value, dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Live commerce di Kalangan Generasi Z*” dengan baik dan tepat pada waktunya. Berkat limpahan nikmat, kesehatan, serta kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT, seluruh rangkaian proses penyusunan skripsi ini dapat dilalui hingga akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunannya, peneliti memperoleh banyak pengalaman, pengetahuan, serta pembelajaran yang sangat berharga. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa hormat, penghargaan, dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta Ibu Roidah dan Bapak Rudi yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material, serta pengorbanan yang tiada henti selama peneliti menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.

3. Kakak dan adik tercinta Desi Novrida, Ade Kusmayani, Diana Aulia yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi, serta menjadi penyemangat bagi peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
6. Ibu Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Kusworo, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan yang bermanfaat selama peneliti menempuh pendidikan.
9. Damar Panji Arsyi, terima kasih atas doa, dukungan, semangat, perhatian, motivasi, serta menemani peneliti dalam setiap proses penyusunan skripsi hingga dapat diselesaikan dengan baik.

10. Sahabat peneliti, Nadira Dwi Aristi, Fauzia Apriani, dan Umaiya, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, serta menjadi tempat berbagi selama proses penyusunan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan, Chika Oktapiani, Latifah Cahyani, dan Andini Destyaningrum, yang telah bersama-sama saling mendukung, berbagi pengalaman, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan baik.
13. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, dukungan, motivasi, serta kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti dengan terbuka mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai tambahan ilmu pengetahuan, referensi bagi penelitian selanjutnya, maupun sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Intelligentia - Dignitas

Jakarta, 10 Juli 2026

Dini Septi Aulina
NIM. 1707622028

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II	17

KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Pendukung	17
2.1.1 Landasan Teori	17
2.1.2 Keputusan Pembelian	20
2.1.3 <i>Trust</i>	22
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	24
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Teori	36
2.3.1 <i>Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2 <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.4 <i>Trust, Perceived Value, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4 Pengembangan Hipotesis	41
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	45

3.3.1. Populasi Penelitian	45
3.3.2 Sampel Penelitian.....	45
3.4 Pengembangan Instrumen	47
3.4.1. Keputusan Pembelian.....	47
3.4.2. <i>Trust</i>	49
3.4.3. <i>Perceived Value</i>	51
3.4.4. <i>E-WOM</i>	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1. Analisis deskriptif	55
3.6.2. Uji Validitas	59
3.6.3. Uji Reliabilitas.....	60
3.6.4. Uji Persyaratan Analisis	60
3.6.5. Analisis Regresi Linier Berganda	62
3.6.6. Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Analisis Deskriptif Data	65
4.1.1 Profil Responden.....	65
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	69
4.2 Hasil.....	76

4.2.1 Uji Kualitas Data	76
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.2.4 Uji Hipotesis	86
4.3 Pembahasan	90
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Implikasi.....	101
5.2.1 Implikasi Teoritis	101
5.2.2 Implikasi Praktis	102
5.3 Keterbatasan Penelitian	104
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	114

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Persentase Pengguna Platform Media Sosial	2
Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Platform <i>Live commerce</i>	4
Gambar 1. 3 Durasi Menonton Aplikasi TikTok	7
Gambar 1. 4 Jumlah Responden yang Menonton <i>TikTok Live Streaming</i>	12
Gambar 1. 5 Jumlah Responden yang Memutuskan Untuk Membeli Pada TikTok <i>Live commerce</i>	13
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	42
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	80
Gambar 4. 2 Uji Histogram.....	80
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	82



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 komentar penonton TikTok live commerce Skintific	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	43
Tabel 3. 2 Instrumen Keputusan Pembelian	48
Tabel 3. 3 Instrumen Trust	50
Tabel 3. 4 Instrumen Perceived Value	51
Tabel 3. 5 Instrumen E-WOM	53
Tabel 3. 6 Skala Likert	54
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 5 Frekuensi Menonton TikTok Live	67
Tabel 4. 6 Frekuensi Pembelian Melalui TikTok Live Dalam 3 bulan Terakhir ..	68
Tabel 4. 7 Data Trust	69
Tabel 4. 8 Data Perceived Value	71
Tabel 4. 9 Data E-WOM	72
Tabel 4. 10 Data Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	77
Tabel 4. 12 Ringkasan Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)	79

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolineritas	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas.....	83
Tabel 4. 18 Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	86
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	88
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas	114
Lampiran 2. Tabulasi Data Pra Test Uji Validitas dan Reliabilitas	117
Lampiran 3. Instrumen Penelitian Final.....	121
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Data Responden Final	124
Lampiran 5. Format Saran dan Perbaikan Sempro dan Skripsi	139
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	140
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	141



Intelligentia - Dignitas