

**PENGARUH LIVE STREAMING DAN ULASAN PRODUK
SEBAGAI DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI ERA BELANJA DIGITAL**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

SATRIA WIRANTO

25210061

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSEMPAHASAN

*“Bangunlah mimpimu sendiri sebelum seseorang mempekerjakan mu untuk
membangun mimpinya”*

dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini merupakan hasil dari perjuangan panjang dan kerja keras untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Karya ini kami persembahkan untuk:

1. Bapak dan Mamah tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang tiada henti. Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan cinta yang tak terbalas oleh kata-kata maupun waktu
2. sodara kandung, yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, semangat, dan kehangatan dalam setiap langkah perjuangan
3. kekasihku, yang hadir sebagai penyemangat dalam suka dan duka, serta menjadi pelipur lara saat penat melanda
4. Sahabat dan teman seperjuangan, yang tak pernah lelah memberi dukungan, canda tawa, dan semangat di sepanjang perjalanan hidup.
5. Dosen pembimbingku, yang dengan penuh kesabaran dan ketegasan, membimbing serta membentuk pemikiran ilmiah hingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Satria Wiranto
NIM : 25210061
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **“Pengaruh Live Streaming dan Ulasan Produk Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Belanja Digital”**, adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipuplikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Nusa Mandiri** dicabut/dibatalkan.

**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 3 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Satria Wiranto

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA

ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Satria Wiranto
NIM : 25210061
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non- exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah kami yang berjudul: **“Pengaruh Live Streaming dan Ulasan Produk Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Belanja Digital”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolaannya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internetatau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 3 Agustus 2025
Yang menyatakan,



Satria Wiranto

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Satria Wiranto
NIM : 25210061
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LIVE STREAMING DAN ULASAN PRODUK SEBAGAI DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA BELANJA DIGITAL

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Bisnis (S.Bns) pada Program Sarjana Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 19 Agustus 2025

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Fajar Sarasati, M.Kom.

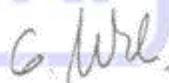


DEWAN PENGUJI

Penguji I : Luky Fabrianto, M.Kom.



Penguji II : Gani Wiharso, S.E., M.M.



PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming* dan Ulasan Produk Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Belanja Digital” adalah hasil karya tulis asli Satria Wiranto dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	:	Satria Wiranto
Alamat	:	Jl. GG Belong RT 04/ RW 07 No 42 Kel Sukamaju Baru, Kec Tapos Kota Depok
No.Telp	:	081213521870
E-mail	:	satriawiranto15@gmail.com

**UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Dimana tugas akhir ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul tugas akhir, yang penulis ambil sebagai berikut, “Pengaruh Live Streaming dan Ulasan Produk Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Belanja Digital“

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Universitas Nusa Mandiri. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa mandiri
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri
4. Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Nusa Mandiri
5. Fajar Sarasati, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan banyak waktu pribadinya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir kepada penulis, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dan selesai dengan baik
6. Bapak/ibu dosen program studi Bisnis Digital Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan penulis dengan semua bahan yang diperlukan
7. Staff / karyawan / dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri
9. Orang tua kami tercinta yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam kondisi apapun dan dimanapun.
10. Rekan-rekan mahasiswa kelas 25.8A.10 yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih

jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Depok, 3 Agustus 2025
Penulis,



Satria Wiranto



ABSTRAK

Satria Wiranto (25210061), Pengaruh *Live Streaming* dan Ulasan Produk Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Belanja Digital

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur *live streaming* dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada pengguna platform TikTok *Shop*. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya tren *e-commerce* dan perubahan perilaku belanja konsumen yang mengandalkan fitur interaktif dalam proses pengambilan keputusan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* terhadap 80 responden dari Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok *Shop*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disusun berdasarkan model *Technology Acceptance Model (TAM)*, dengan indikator *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Data yang terkumpul di analisis menggunakan metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik fitur *live streaming* dan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan pentingnya fitur interaktif dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran digital serta menjadi acuan praktis dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital.

Kata kunci: *Live Streaming*, Ulasan Produk, Keputusan Pembelian, *E-commerce*, TikTok *Shop*, Generasi Z.

ABSTRACT

Satria Wiranto (25210061), The Influence of Live Streaming and Product Reviews as Determinants of Consumer Purchase Decisions in the Era of Digital Shopping

This study aims to analyze the influence of live streaming features and product reviews on consumer purchase decisions, particularly among TikTok Shop users. The research is grounded in the growing trend of e-commerce and the shift in consumer behavior that increasingly relies on interactive features in the decision-making process. A quantitative method was employed using a survey approach and purposive sampling technique involving 80 Generation Z respondents who actively use TikTok Shop. Data were collected through an online questionnaire developed based on the Technology Acceptance Model (TAM), with indicators of perceived usefulness and perceived ease of use. The data were analyzed using the Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results reveal that both live streaming and product reviews have a positive and significant influence on consumer purchase decisions, both partially and simultaneously. These findings highlight the importance of interactive features in enhancing consumer trust and purchase intention. This study is expected to contribute theoretically to digital marketing and serve as a practical reference for optimizing marketing strategies.

Keywords: *Live Streaming, Product Reviews, Purchase Decision, TikTok Shop, Generation Z*

DAFTAR PUSTAKA

- Abi., Mantara Made, Telagawathi Sayang Wayan Luh NI, Y. N. N. (2020). *Faktor - Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiska*. 2(1), 18–28.
- Adinda, Z., & Azira, M. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Skincare pada E-Commerce: Implementasi Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 01–12. <https://doi.org/10.54951/sintama.v4i1.644>
- Arviyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.338>
- Fatmala, K. F. A., & Pamikatsih, T. R. (2024). Pengaruh Customer Review, Flash Sale Promotion Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Surakarta. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 290–309. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1961>
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 15(2), 292–297. <https://doi.org/10.36456/jstat.vol15.no2.a6436>
- Habiba, A. N. (2024). *Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*. 1, 2022.
- Isabela, S. C. C. (2024). *Pengaruh Live Streaming Online Custumer Review dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Originote Melalui Shoppe di Surabaya Barat*.
- Khasanah, S., Nurhidayah, & Sholehuddin, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Keamanan Bertransaksi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific Pada E-Commerce Shopee*. 12(02), 221–232.

- Lutfi, A. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variable Intervening. In *Ayan* (Vol. 15, Issue 1).
- Mutmainna, N., Hasbiah, S., Haeruddin, M. I. W., Musa, C. I., & Hasdiansa, I. W. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 255–268. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.394>
- Napitupulu, H. T. (2024). *Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi E-commerce TikTok Shop Dengan Metode Technologi Acceptance Model (TAM)*. UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- Nawwaf Haikal Al-Fairuz. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Universitas Nasional*, 3(3). <http://repository.unas.ac.id/10140/>
- Rahayu, W. I., & Shafina, M. R. (2022). Aplikasi Analisis Kelayakan Sistem Untuk Pengukuran Usability Dengan Menerapkan Metode Use Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(3), 2022.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Rijali, A. (2020). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Romdona Siti, Junista Senja Silvia, G. A. (2023). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Ilmu Sosial Dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Salwa, S. (2024). *Pengaruh Live Streaming TikTok Dan Online Customer Review*

Terhadap Purchase Decision Produk Skintific Pada Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia.

Shandrya, K. V. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=27688>

Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Interpretif Dan Konstruktif* (Suryandari (ed.)).

Urrahmah, N. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Konsumen E-Commerce di Kota Banda Aceh. *Ayan*, 15(1), 37–48.

Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI