

**PENGARUH PENJUALAN FASHION ERIGO DI LIVE STREAMING
TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP
(DENGAN PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN
TESTIMONIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Guna Memenuhi Persyaratan Dalam memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis
Dalam Bidang Manajemen

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Disusun oleh:

Viona Ferani Putri
212019112

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023**



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Viona Ferani Putri
NIM : 212019112
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir:

Judul : Pengaruh Penjualan Fashion Erigo di *Live Streaming* TikTok terhadap Keputusan Pembelian di *TikTok Shop* (Dengan Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan *Testimonial* sebagai variabel moderasi)
Pembimbing : Annie Susanto, S.Pd.,MM
Tanggal diuji : 21 Juni 2023

adalah benar – benar karya saya.

Di dalam kertas kerja ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar ke sarjana yang telah saya peroleh.

Salatiga, 30 Mei 2023

Yang memberi pernyataan,



Viona Ferani Putri

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PENJUALAN FASHION ERIGO DI LIVE STREAMING TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP
(DENGAN PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN TESTIMONIAL
SEBAGAI VARIABEL MODERASI)**

Oleh :

**VIONA FERANI PUTRI
212019112**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Guna Memenuhi Persyaratan Dalam memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis
Dalam Bidang Manajemen**

Disetujui untuk diuji oleh :



(Annie Susanto, S.Pd.,MM)

Pembimbing


**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Kertas Kerja : Pengaruh Penjualan *Fashion Erigo* di *Live Streaming TikTok* Terhadap Keputusan Pembelian di *TikTok Shop* (Dengan Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Testimonial Sebagai Variabel Moderasi)

Nama Mahasiswa : Viona Ferani Putri
NIM : 212019112
Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui



Anic Susanto, S.Pd., MM

Pembimbing

Mengesahkan



Immanuel Mada Sakti, SE., M.Sc

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dinyatakan Lulus Ujian Pada Tanggal 22 Juni 2023

Abstract

This study was conducted to examine the effect of TikTok Erigo live streaming on purchasing decisions which are moderated by perceived price, perceived quality and purchasing decisions. The sample in this study were 210 respondents who used TikTok and had at least one purchase decision for Erigo fashion products at TikTok Shop through the Live Streaming feature. The data collection technique used a questionnaire with a purposive sampling method and measurement using a Likert scale. The data analysis technique used for hypothesis testing is using the T test, F test, R² test and MRA test. The results showed that live streaming had a significant effect on purchasing decisions, and price perceptions were able to strengthen live streaming on purchasing decisions.

Keywords: *Live Streaming, Price Perception, Quality Perception, Testimonial, Purchase Decision*



Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat pengaruh live streaming TikTok Erigo terhadap keputusan pembelian yang dimoderasi oleh persepsi harga, persepsi kualitas dan keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 210 responden yang menggunakan TikTok dan setidaknya pernah minimal satu kali melakukan keputusan pembelian produk fashion Erigo di TikTok Shop melalui fitur Live Streaming. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *purposive sampling* dan pengukuran menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis yaitu menggunakan uji T, uji F, uji R² dan uji MRA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa live streaming berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, serta persepsi harga mampu memperkuat live streaming terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Live Streaming*, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, *Testimonial*, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul pengaruh penjualan fashion erigo di *live streaming* tiktok terhadap keputusan pembelian di tiktok *shop* (dengan persepsi harga, persepsi kualitas dan *testimonial* sebagai variabel moderasi). Penulisan tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi syarat agar mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekuarangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, kritik dan koreksi yang konstruktif guna perbaikan penulisan di masa yang akan datang. Selain itu, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pihak-pihak yang membutuhkan maupun peneliti lain untuk melakukan pengembangan penelitian serupa dikemudian hari.

Salatiga, 30 Mei 2023



Viona Ferani Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis ucapkan karena tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Selesaiannya tugas akhir ini peneliti akui tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga terutama orangtua yang selalu mendoakan, memberi semangat kasih sayang dan menjadi motivasi bagi penulis. Tanpa dukungan tersebut skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Annie Susanto, S.Pd.,MM selaku pembimbing yang telah membimbing dengan baik, mencurahkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak dekan FEB UKSW Dr. Yefta Andi Kus Noegroho, SE., Msi., Ak., CMA., CA. Dan Bapak Dr. Agus Sugiarto, SPd., MM. selaku Wakil Dekan FEB UKSW, Bapak Imanuel Madea Sakti, S.E.,M.Sc. selaku Kaprogdi Manajemen dan seluruh dosen, pegawai dan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, dimana penulis menuntut ilmu di FEB UKSW.
4. Pihak beasiswa Bank Indonesia, yang telah memberikan dukungan materi selama kurang lebih 2 tahun atau 2 periode. Tanpa kesempatan menjadi GenBI dan bantuan materia yang diberikan mungkin saya tidak bisa menyelesaikan studi saya tepat waktu.
5. Mochamad Rizky Adiatama pemilik nim 212019044 yang selalu setia mendukung dan menemani penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan tugas akhir. Sudah mencurahkan waktu dan tenaga untuk membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.
6. Kakak saya, Andreas Yogi Dwi Kurniawan dan Meiliana Wijaya yang selalu sedia membimbing dan mengajari saya kapanpun saya membutuhkan.
7. Para Sahabat (Ajeng Devi Astuti, Erika Imanuella, Syska Dwi Pravita, Requel, Gebrillia) yang selalu memberikan semangat satu sama lain dan mendengarkan keluh kesah dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Dan seluruh pihak yang tidak bisa saya disebutkan satu persatu dalam penulisan saya ucapkan terima kasih banyak.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman–teman sekalian yang disebutkan diatas. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak–pihak yang berkepentingan.

Salatiga, 30 Mei 2023



Viona Ferani Putri



DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| COVER..... | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| DAFTAR ISI TABEL | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 2 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 2 |
| 1.2 Persoalan Penelitian / Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Kegunaan Secara Teoritis..... | 7 |
| 1.4.2 Kegunaan Secara Praktis | 7 |
| KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1 Live Steaming TikTok | 9 |
| 2.1.1 Tik Tok..... | 9 |
| 2.1.2 TikTok Live Streaming | 9 |
| 2.1.3 TikTok Shop | 10 |
| 2.1.4 Indikator TikTok <i>Live Streaming</i> | 10 |
| 2.2 Persepsi harga..... | 11 |
| 2.2.1 Pengertian Persepsi Harga..... | 11 |
| 2.2.2 Indikator Persepsi Harga | 12 |
| 2.3 Persepsi kualitas | 12 |
| 2.3.1 Pengertian Persepsi Kualitas..... | 12 |
| 2.3.2 Indikator Persepsi Kualitas | 13 |
| 2.4 Testimonial..... | 13 |
| 2.4.1 Pengertian Testimonial..... | 13 |
| 2.4.2 Indikator Testimonial | 14 |
| 2.5 Keputusan pembelian..... | 14 |
| 2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian | 15 |
| Keterkaitan Antar Variabel..... | 16 |
| 2.6 Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.7 Pengaruh Moderasi Persepsi Harga Pada Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.8 Pengaruh Moderasi Persepsi Kualitas Pada Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.9 Pengaruh Moderasi Testimonial Pada Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian | 18 |
| Kerangka Penelitian | 19 |
| METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 20 |
| 3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian | 20 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 20 |
| 3.4 Teknik Pengambilan Data | 21 |
| 3.5 Sumber Data | 21 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 21 |
| 3.7 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel | 22 |
| 3.8 Teknik Pengujian Instrumen | 27 |
| 3.8.1 Uji Validitas | 27 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 27 |
| 3.9 Uji Asumsi Klasik | 28 |
| 3.9.1 Uji Normalitas | 28 |
| 3.9.2 Uji Heteroskedastisitas | 28 |
| 3.9.3 Uji Multikolinieritas | 29 |
| 3.10 Analisis Regresi Linear Sederhana | 29 |
| 3.11 Uji Moderating Regression Analysis (MRA) | 30 |
| 3.12 Uji Hipotesis | 30 |
| 3.12.1 Uji T (Parsial) | 30 |
| 3.12.2 Uji F (Simultan) | 31 |
| 3.13 Uji Koefisien Determinasi | 31 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 33 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 33 |
| 4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden | 36 |
| 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik | 43 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 43 |
| 4.4.2 Uji Heteroskedastisitas | 44 |
| 4.4.3 Uji Multikolinearitas | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3 Analisis Linear Sederhana..... | 47 |
| 4.4 Uji Hipotesis..... | 49 |
| 4.4.1 Uji T (Parsial) | 49 |
| 4.4.2 Uji F (Simutan) | 49 |
| 4.5 Uji Moderating Regression Analysis (MRA)..... | 50 |
| 4.6 Uji Koefisien Determinasi..... | 51 |
| PEMBAHASAN | 53 |
| 5.1 Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian | 53 |
| 5.2 Pengaruh Moderasi Persepsi Harga di Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian | 53 |
| 5.3 Pengaruh Moderasi Persepsi Kualitas di Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian..... | 54 |
| 5.4 Pengaruh Moderasi Testimonial di Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian..... | 54 |
| 5.5 Kesimpulan..... | 55 |
| 5.6 Implikasi Teoritis | 55 |
| 5.7 Implikasi Terapan | 56 |
| 5.8 Kekurangan Penelitian | 57 |
| 5.9 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |
| LAMPIRAN 1: Kuesioner Pre-Test | 62 |
| Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-test..... | 65 |
| Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Utama | 71 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik Penelitian Utama | 74 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis..... | 76 |
| Lampiran 6 Data pre-test | 78 |
| Lampiran 7 Data utama penelitian | 82 |

DAFTAR ISI TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert..... | 22 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel, Indikator & Pertanyaan Kuesioner | 22 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden | 34 |
| Tabel 4. 2 Kategori Pengukuran Interval | 36 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Live Streaming | 37 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Persepsi Harga | 38 |
| Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas..... | 39 |
| Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Testimonial..... | 41 |
| Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian | 41 |

