

**KORELASI KUALITAS PENGGUNAAN FITUR *LIVE*
STREAMING SHOPPING TIKTOK SKINTIFIC DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH *FOLLOWERS* TIKTOK
@SKINTIFIC_ID**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

Laurencia Livia

190906827

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurencia Livia

NPM : 190906827

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Korelasi Kualitas Penggunaan Fitur *Live Streaming Shopping* Tiktok @Skintific_id dengan Keputusan Pembelian Oleh *Followers* @Skintific_id.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 25 September 2023

Saya yang menyatakan,



Laurencia Livia

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

KORELASI KUALITAS PENGGUNAAN FITUR *LIVE STREAMING SHOPPING* TIKTOK @SKINTIFIC_ID DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH FOLLOWERS TIKTOK @SKINTIFIC_ID

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

LAURENCIA LIVIA

190906827

disetujui oleh :



Josep Joedhi Darmawan, M.A

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Korelasi Kualitas Penggunaan Fitur *Live Streaming Shopping*
TikTok @Skintiife_id dengan Keputusan Pembelian Oleh
Followers @Skintific_id

Penyusun : Laurencia Livia
NPM : 190906827

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Rabu, 11 Oktober 2023
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Olivia Lewi Pramesti, S. Sos., M. A.

Penguji Utama



Josep Joedhi Darmawan, M.A

Penguji I



Alexander Beny Pramudyanto, S. Sos., M.Si.

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, M.A
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini dipersembahkan untuk memuliakan nama Tuhan Yesus yang selalu
senantiasa memberikan berkat dan bimbingan dalam dalam setiap langkah
pengerjaan skripsi ini.*

*Untuk keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi dukungan dari
awal pengerjaan skripsi ini hingga selesai dengan segala bentuk bantuan yang
diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.*

*Serta untuk seluruh teman-teman yang selalu mendukung dan berjuang bersama
dalam proses perjalanan selama kuliah hingga sampai pada titik akhir tanggung
jawab sebagai seorang mahasiswa yaitu pengerjaan tugas akhir skripsi.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberikan pencerahan dan bimbingan hingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Korelasi Aktivitas *Live Streaming Shopping* Tiktok @Skintific_id dengan Keputusan Pembelian Oleh *Followers* @Skitnific_id. Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan dalam proses penyusunan hingga pengerjaan skripsi ini. Dukungan serta doa yang diberikan sangat berarti bagi peneliti dalam memberikan semangat, motivasi, dan waktu yang telah diberikan. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus hati kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat, kesehatan, kekuatan, dan bimbingan sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan saya dengan sepenuh hati agar pengerjaan skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk Papa sebagai bentuk pertanggungjawaban terakhir dalam dunia pendidikan saya dan saya persembahkan juga untuk Mama yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun terutama dukungan mental sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
3. Bapak Josep Joedhi Darmawan, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan membantu dalam memberikan arahan proses pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan lancar dan baik. Terima kasih saya ucapkan dengan tulus hati untuk segala arahan, saran, dan dukungan yang telah diberikan.
4. Teman-teman seperjuangan dalam proses pengerjaan tugas akhir dalam dunia perkuliahan, Febian, Tia, Deis, Angela Merici, Pintel, Gerard, dan lainnya, saya ucapkan banyak terima kasih atas untuk selalu memberikan dukungan, meluangkan waktu, dan memberikan motivasi. Jangan menyerah dan semangat berjuang untuk apapun langkah yang akan dilalui dalam kehidupan ini, semoga

kita dapat selalu menjaga hubungan dan berkawan baik dalam susah maupun senang.

5. Responden penelitian skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penelitian ini, serta seluruh pihak yang berpartisipasi dalam pengerjaan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
6. Untuk diriku sendiri, terima kasih karena telah berjuang dan sampai di titik ini. Banyak hal yang perlu dilalui dan sungguh bukan hal yang mudah, tapi bersyukur pada akhirnya bisa sampai pada tahap ini. Semangat untuk awal yang baru!

Yogyakarta, 28 September 2023



Peneliti

Laurencia Livia

2009

No. Mhs: 190906827

**KORELASI KUALITAS PENGGUNAAN FITUR *LIVE STREAMING*
SHOPPING TIKTOK @SKINTIFIC_ID DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN OLEH *FOLLOWERS* TIKTOK @SKINTIFIC_ID**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana korelasi kualitas penggunaan fitur *Live Streaming Shopping* TikTok @Skintific_id dengan keputusan pembelian oleh *followers* TikTok @Skintific_id. Skintific merupakan sebuah *brand skincare* yang cukup populer pada aplikasi TikTok. Skintific melakukan *Live Streaming Shopping* pada aplikasi TikTok yang merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi melalui media sosial.

Kualitas penggunaan fitur *Live Streaming Shopping* pada media sosial TikTok dapat diukur berdasarkan indikator kualitas konten yaitu *educate, inform, entertains, dan create trustworthiness*. Konten *Live Streaming Shopping* merupakan sebuah rangsangan yang dapat menghasilkan respon tertentu baik positif maupun negatif. Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen akan melalui tahapan pengambilan keputusan diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Penelitian ini tergolong pada penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden yang merupakan bagian dari *followers* TikTok @Skintific_id yang telah menonton *Live Streaming Shopping* TikTok @Skintific_id. Instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji pernyataan pada kuesioner adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan dengan melakukan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat korelasi positif antara Kualitas penggunaan fitur *Live Streaming Shopping* dengan keputusan pembelian oleh *followers* @Skintific_id. Kualitas dari konten *live streaming shopping* dapat dirasakan oleh *followers* dengan memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia pada *Live Streaming Shopping*, sehingga *followers* memiliki kemungkinan yang semakin tinggi dalam memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian. Besaran korelasi yang terdapat pada variabel X dengan variabel Y adalah sebesar 74%.

Kata kunci: Kualitas penggunaan fitur *Live Streaming Shopping*, TikTok, Skintific, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis	14
E. Kerangka Teori	14
1. Teori S-R (Stimulus-Response)	14
2. Komunikasi Pemasaran Digital	15
3. Keputusan Pembelian.....	19
F. Kerangka Konsep.....	22
1. Kualitas Penggunaan Fitur Live Streaming Shopping (Variabel X).....	22
2. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	24
G. Definisi Operasional Variabel.....	26
H. Hipotesis	29
I. Metodologi Penelitian	30
1. Metode Penelitian	30
2. Jenis Penelitian.....	30
3. Sumber Data.....	31
4. Jenis Data	31
5. Teknik Pengumpulan Data	32
6. Populasi.....	32

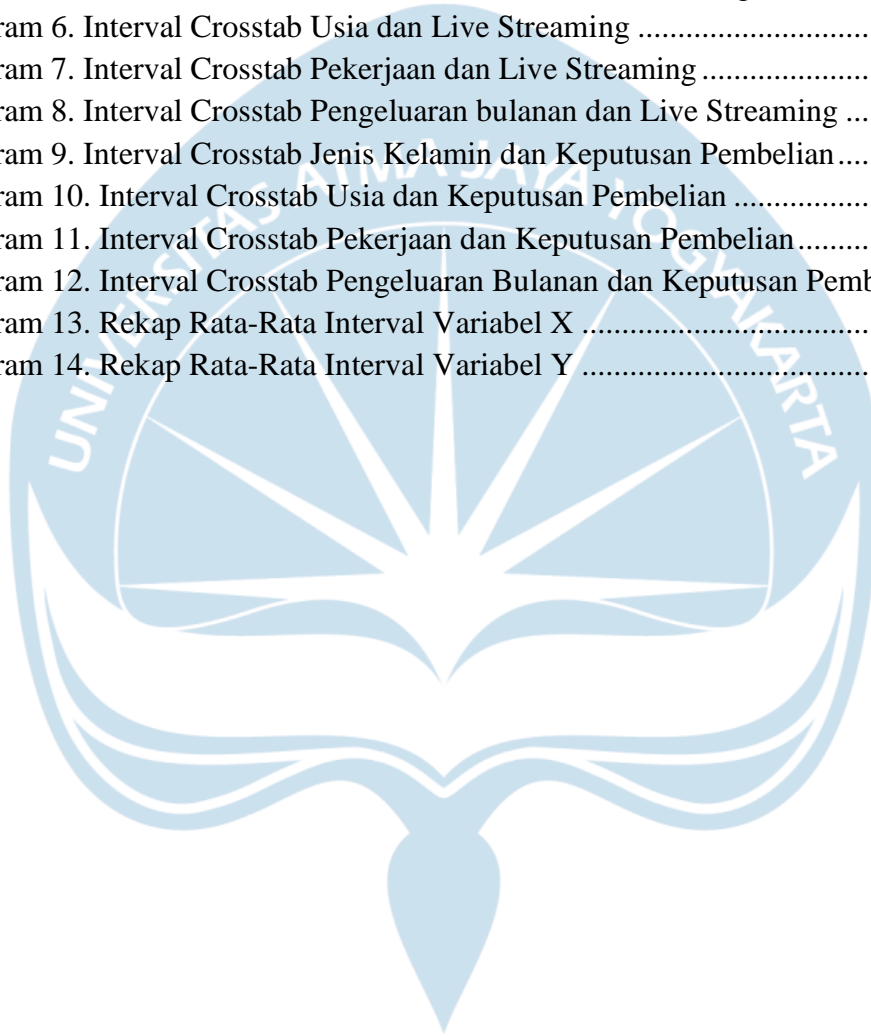
7. Sampel dan Teknik Sampling	32
8. Metode Pengukuran Data	34
9. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
10. Teknik Analisis Data	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	40
A. Deskripsi Skintific Indonesia	40
B. Deskripsi TikTok @Skintific_Id.....	41
BAB III HASIL TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Temuan Data	46
1. Deskripsi Distribusi Frekuensi	46
2. Hasil Deskripsi Tabulasi Silang (Crosstab)	70
3. Analisis Hipotesis Penelitian	85
B. Pembahasan.....	86
BAB IV PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
1. Saran Akademis	104
2. Saran Praktis	105
C. Batasan Penelitian.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 2. Skor Skala Likert	34
Tabel 3. Uji Validitas Variabel Fitur Live Streaming.....	35
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 6. Interpretasi Nilai Korelasi Pearson	39
Tabel 7. Distribusi Jawaban Responden pada.....	49
Tabel 8. Interval Item Pernyataan X1	50
Tabel 9. Interval Item Pernyataan X2	52
Tabel 10. Interval Item Pernyataan X3	53
Tabel 11. Interval Item Pernyataan X4	54
Tabel 12. Interval Item Pernyataan X5	56
Tabel 13. Interval Item Pernyataan X6	57
Tabel 14. Distribusi Jawaban Responden pada Varibel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 15. Interval Item Pernyataan Y1	59
Tabel 16. Interval Item Pernyataan Y2	60
Tabel 17. Interval Item Pernyataan Y3	62
Tabel 18. Interval Item Pernyataan Y4	63
Tabel 19. Interval Item Pernyataan Y5	64
Tabel 20. Interval Item Pernyataan Y6	65
Tabel 21. Interval Item Pernyataan Y7	67
Tabel 22. interval Item Pernyataan Y8	68
Tabel 23. Interval Item Pernyataan Y9	69
Tabel 24. Interval <i>Live Streaming Shopping</i>	72
Tabel 25. Interval Keputusan Pembelian	79

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Distribusi Jenis Kelamin	46
Diagram 2. Distribusi Usia.....	47
Diagram 3. Distribusi Pekerjaan	47
Diagram 4. Distribusi Pengeluaran dalam 1 Bulan	48
Diagram 5. Interval Crosstab Jenis Kelamin dan Live Streaming	72
Diagram 6. Interval Crosstab Usia dan Live Streaming	73
Diagram 7. Interval Crosstab Pekerjaan dan Live Streaming	75
Diagram 8. Interval Crosstab Pengeluaran bulanan dan Live Streaming	77
Diagram 9. Interval Crosstab Jenis Kelamin dan Keputusan Pembelian.....	79
Diagram 10. Interval Crosstab Usia dan Keputusan Pembelian	80
Diagram 11. Interval Crosstab Pekerjaan dan Keputusan Pembelian.....	82
Diagram 12. Interval Crosstab Pengeluaran Bulanan dan Keputusan Pembelian	83
Diagram 13. Rekap Rata-Rata Interval Variabel X	89
Diagram 14. Rekap Rata-Rata Interval Variabel Y	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pencarian Skintific Skincare di TikTok	1
Gambar 2. Konten Skintific dari berbagai pengguna TikTok.....	2
Gambar 3. Live Shopping Ranking Skintific	3
Gambar 4. Top 10 brand toner di e-commerce	4
Gambar 5. Fitur Keranjang Etalase Live Streaming Shopping Skintific	6
Gambar 6. Fitur Kupon Diskon Live Streaming Shopping Skintific.....	7
Gambar 7. Jumlah Audiens Live Streaming Shopping Skintific	8
Gambar 8. Bubble Pengguna TikTok yang melakukan pembelian.....	9
Gambar 9. Jumlah audiens Live Streaming Shopping di bulan Ramadhan 2023	10
Gambar 10. Model Teori S-R	15
Gambar 11. Model Perilaku Konsumen Kotak Hitam (Black Box Theory).....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 12. Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 13. Bagan Kerangka Konsep.....	26
Gambar 14. Akun TikTok @Skitnific_id	43
Gambar 15. Konten-Konten TikTok @Skintific_id	43
Gambar 16. Produk Skintific pada TikTok Shop @Skintific_id	44
Gambar 17. Crosstab Jenis Kelamin dan Live Streaming.....	72
Gambar 18. Crosstab Usia dan Live Streaming	73
Gambar 19. Crosstab Pekerjaan dan Live Streaming.....	75
Gambar 20. Crosstab Pengeluaran Bulanan dan Live Streaming	76
Gambar 21. Crosstab Jenis Kelamin dan Keputusan Pembelian	79
Gambar 22. Crosstab Usia dan Keputusan Pembelian.....	80
Gambar 23. Crosstab Pekerjaan dan Keputusan Pembelian	82
Gambar 24. Crosstab Pengeluaran Bulanan dan Keputusan Pembelian	83
Gambar 25. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Perhitungan SPSS Uji Validitas	115
Lampiran 3. Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas.....	117

