

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING TIKTOK*
@somethincofficial TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

**(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada Pengikut Akun TikTok
@somethincofficial)**



SKRIPSI

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

Oleh:

YULICIA

190907040

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING TIKTOK @somethincofficial*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada Pengikut Akun TikTok @somethincofficial)

SKRIPSI

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

disusun oleh:

YULICIA

190907040

disetujui oleh:



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING TIKTOK*
@somethincofficial TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Kuantitatif
Eksplanatif pada Pengikut Akun TikTok @somethincofficial)

Penyusun : Yulicia

NPM : 190907040

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 18 Oktober 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom.

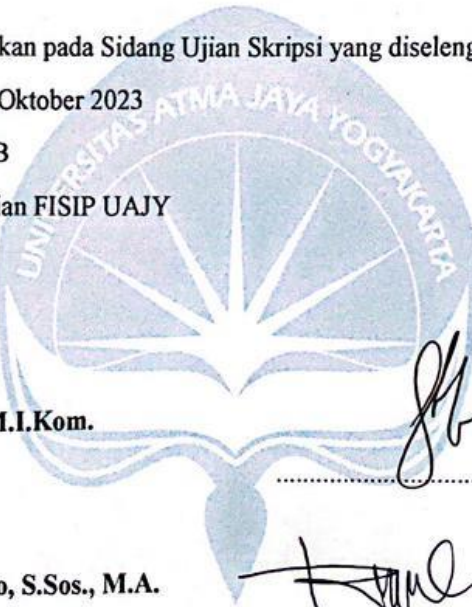
Penguji Utama

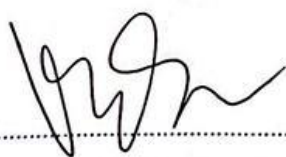
Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Penguji I

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

Penguji II





Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulicia

NPM : 190907040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH INTENSITAS MENONTON *LIVE STREAMING TIKTOK*
@somethinofficial TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Kuantitatif
Eksplanatif pada Pengikut akun *TikTok @somethinofficial*)

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 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,




Yulicia

YULICIA

No. Mhs: 190907040 / KOM

**Pengaruh Intensitas Menonton Live Streaming TikTok
@somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk**

ABSTRAK

Saat ini teknologi dan sosial media sudah sangat berkembang dengan pesat. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai hingga 215.626.156 jiwa (bisnis.com, 2023). Saat ini masyarakat sering sekali melakukan segala sesuatunya secara *mobile* (Ahmadi, F. & Hudrasyah, H. 2022). Fungsi dari media sosial sangat banyak salah satunya adalah berdagang atau berjualan. *Live streaming* merupakan salah satu strategi promosi penjualan yang sangat menguntungkan penjualan melalui platform digital (Amalia, R. A. & Atik, A. 2023). Brand produk kecantikan lokal di Indonesia sangat banyak jenisnya. Produk mulai dari *make-up*, *skincare*, dan masih banyak lagi. *Brand Somethinc* merupakan merk lokal yang berdiri pada tahun 2019. *Somethinc* didirikan oleh beberapa orang, salah satunya adalah Irene Ursula.

Data pada penelitian ini ditulis dalam kuantitatif eksplanatif, penelitian ini mendapatkan data melalui penyebaran kuesioner *online*. Teori yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah teori stimulus respon. Responden dari penelitian ini merupakan *followers* dari akun *TikTok @somethincofficial*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh intensitas menonton *live streaming TikTok @somethincofficial* terhadap keputusan pembelian produk yang dapat dilihat dari dimensi-dimensi kuesioner. Penelitian ini mendapatkan hasil dari responden yang merupakan pengguna aktif *TikTok* untuk menonton *live streaming* dan melakukan pembelian *online*. Hasil data yang didapatkan bahwa keputusan pembelian terjadi karena adanya rasa percaya penuh calon konsumen terhadap kualitas produk yang dijual di *live streaming*.

Kata Kunci: Intensitas Menonton, *Live Streaming TikTok*, *Somethinc*, Keputusan Pembelian.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa yang telah banyak membantu saya dalam proses pembuatan hingga terselesaikannya skripsi ini melalui orang-orang baik di dekat saya. Hasil dari selesainya studi saya melalui skripsi ini saya persembahkan untuk papi yang telah berbahagia di surga dan mami yang telah mendukung peneliti dalam keadaan apapun. Tidak lupa juga saya mempersembahkan hasil dari skripsi ini kepada Yuvika selaku kakak saya yang selalu menguatkan saya dalam keadaan apapun. Persembahkan skripsi ini saya berikan juga kepada salah satu laki-laki yang datang di hidup saya yaitu Gregorius Pramudya Ardianto Nugroho yang selalu memberikan dukungan, saran, pencerahan, dan dorongan selama saya mengerjakan penelitian ini. Tak lupa saya juga harus berterimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan mau berusaha, hingga akhirnya bisa menyelesaikan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat kasih-Nya serta senantiasa memberikan kesehatan dan juga banyak kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul “PENGARUH INTENSITAS MENONTON LIVE STREAMING TIKTOK @SOMETHINOFFICIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK”. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa selesainya rancangan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Widiawaty selaku orang tua dari peneliti yang selalu mendukung dan mendoakan agar dapat menyelesaikan penelitian yang sedang dikerjakan dan dapat meraih gelar sarjana
2. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, S. Sos., M. A. selaku dosen pembimbing dari peneliti yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada peneliti agar penelitian yang sedang dilakukan berada pada jalur yang sesuai
3. Bapak Ngo Ling Thuan (Athuan) selaku paman yang sudah sangat membantu dari bidang finansial kehidupan sehari-hari selama masa perkuliahan
4. Yuvika, Rudy Makmur, Benny Makmur, Yenny Makmur, dan Kiki makmur selaku saudara dari peneliti yang sering memberikan bantuan terutama dalam bentuk finansial kepada peneliti yang sangat cukup membantu selama perkuliahan berlangsung

5. Michelle, Yosephine, dan Dinda selaku sahabat peneliti yang menjadi tempat berkeluh kesah peneliti ketika sedang mengerjakan dan tidak berhenti menyemangati agar peneliti bisa menyelesaikan penelitian
6. Theresia Cyndi Angela yang telah membantu peneliti untuk menyebarkan kuesioner dan terus memberikan dukungan penuh kepada peneliti selama penelitian berlangsung
7. Putri Lomo selaku teman satu kos saya yang selalu memberikan semangat dan juga menenangkan saya selama masa perkuliahan hingga penelitian selesai
8. Gregorius Pramudya Ardianto Nugroho selaku pacar saat ini yang telah memberikan dukungan secara mental, semangat, dan juga motivasi selama perkuliahan serta penelitian berlangsung.

Yogyakarta, 23 September 2023

Peneliti,
Yulicia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Kerangka Teori	10
1. Teori Stimulus Respon (S-R)	11
2. Intesitas Menonton Live Streaming.....	13
3. Keputusan Pembelian	14
F. Definisi Konsep	17
G. Hipotesis	18
H. Definisi Operasional	19
I. Metodologi Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Pendekatan Penelitian.....	25
3. Teknik Pengumpulan Data	25
4. Objek Penelitian	26
5. Populasi	26
6. Sampel	27
7. Jenis Data.....	28
8. Metode Pengukuran.....	28

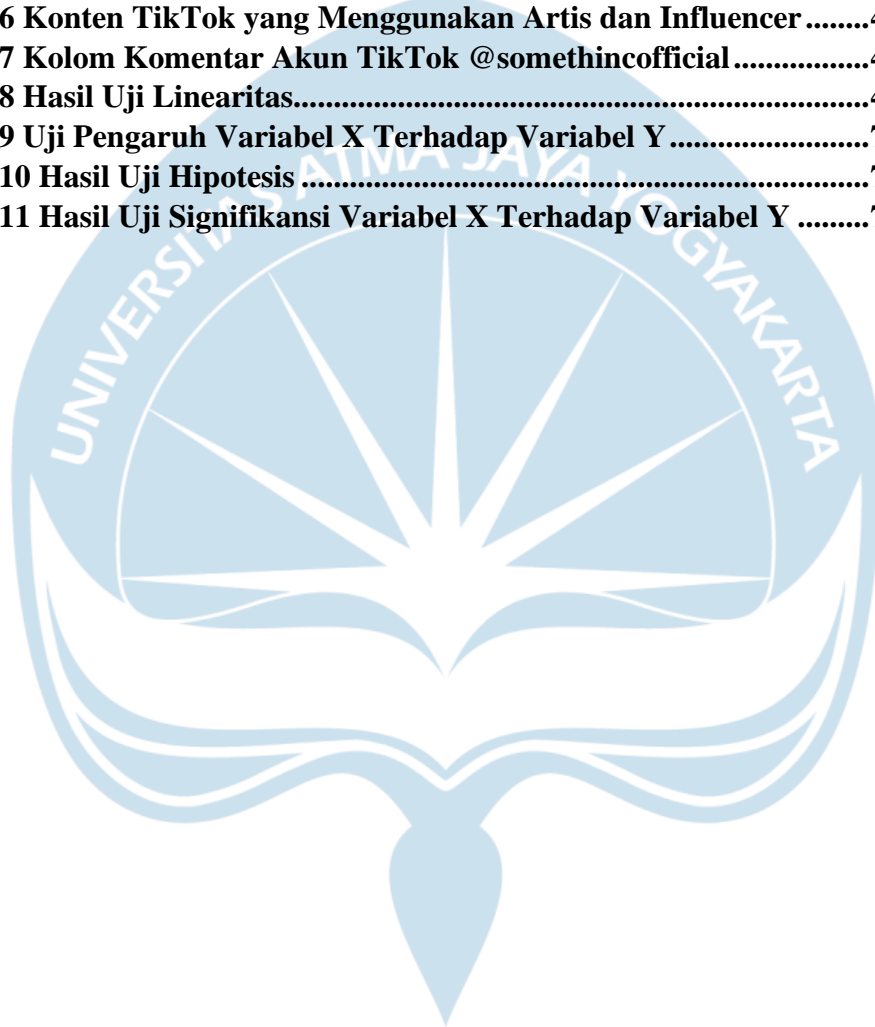
9. Metode Analisis Data	31
BAB II: DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	32
A. TikTok.....	32
B. Brand Skincare Somethinc.....	34
C. Akun TikTok @somethincofficial	36
BAB III: PEMBAHASAN	42
A. Temuan Penelitian	42
1. Uji Instrumen.....	42
2. Variabel Penelitian	47
a. Deskripsi Variabel X	47
b. Deskripsi Variabel Y	52
c. Deskripsi Nilai Mean Variabel X.....	63
d. Deskripsi Nilai Mean Variabel Y	65
B. Uji Regresi Linear Sederhana	70
C. Pembahasan.....	72
BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
1. Saran Akademis.....	Error! Bookmark not defined.
2. Saran Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	82
Lampiran	86

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional	19
TABEL 2 Skor Jawaban untuk Variabel X	29
TABEL 3 Skor Jawaban untuk Variabel Y	30
TABEL 4 Hasil Uji Validitas Variabel X	44
TABEL 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	45
TABEL 6 Hasil Uji Reliabilitas	47
TABEL 7 Deskripsi Variabel X Dimensi Frekuensi Pertanyaan Pertama	48
TABEL 8 Deskripsi Variabel X Dimensi Frekuensi Pertanyaan Kedua	48
TABEL 9 Deskripsi Variabel X Dimensi Frekuensi Pertanyaan Ketiga	49
TABEL 10 Deskripsi Variabel X Dimensi Frekuensi Pertanyaan Keempat	50
TABEL 11 Deskripsi Variabel X Dimensi Durasi Pertanyaan Pertama	50
TABEL 12 Deskripsi Variabel X Dimensi Durasi Pertanyaan Kedua	51
TABEL 13 Deskripsi Variabel X Dimensi Durasi Pertanyaan Ketiga	52
TABEL 14 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pilihan Produk Pernyataan Pertama Error! Bookmark not defined.	
TABEL 15 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pilihan Produk Pernyataan Kedua	53
TABEL 16 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pilihan Produk Pernyataan Ketiga	54
TABEL 17 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Merek Pernyataan Pertama	55
TABEL 18 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Merek Pernyataan Kedua ..	55
TABEL 19 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Penyalur Pernyataan Pertama	56
TABEL 20 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Penyalur Pernyataan Kedua	57
TABEL 21 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Penyalur Pernyataan Ketiga	57
TABEL 22 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Penyalur Pernyataan Keempat	58
TABEL 23 Deskripsi Variabel Y Dimensi Pemilihan Penyalur Pernyataan Kelima	59
TABEL 24 Deskripsi Variabel Y Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan Pertama	59
TABEL 25 Deskripsi Variabel Y Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan Kedua .	59
TABEL 26 Deskripsi Variabel Y Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan Ketiga .	60
TABEL 27 Deskripsi Variabel Y Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan Keempat	61
TABEL 28 Deskripsi Variabel Y Dimensi Jumlah Pembelian Pernyataan Pertama	61
TABEL 29 Deskripsi Variabel Y Dimensi Jumlah Pembelian Pernyataan Kedua	62
TABEL 30 Deskripsi Nilai Mean Variabel X	63
TABEL 31 Deskripsi Nilai Mean Variabel Y	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Bagan Definisi Konsep	18
GAMBAR 2 Akun TikTok @somethinofficial	36
GAMBAR 3 Laman Akun TikTok @somethinofficial	37
GAMBAR 4 Live Streaming TikTok @somethinofficial	38
GAMBAR 5 Konten Akun TikTok @somethinofficial	39
GAMBAR 6 Konten TikTok yang Menggunakan Artis dan Influencer	40
GAMBAR 7 Kolom Komentar Akun TikTok @somethinofficial	41
GAMBAR 8 Hasil Uji Linearitas.....	46
GAMBAR 9 Uji Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y	70
GAMBAR 10 Hasil Uji Hipotesis	71
GAMBAR 11 Hasil Uji Signifikansi Variabel X Terhadap Variabel Y	72



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	86
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data.....	91
LAMPIRAN 3 Lampiran Uji Validitas Variabel X.....	92
LAMPIRAN 4 Lampiran Uji Validitas Variabel Y.....	93
LAMPIRAN 5 Lampiran Uji Reliabilitas Variabel X.....	93
LAMPIRAN 6 Lampiran Uji Reliabilitas Variabel Y.....	94
LAMPIRAN 7 Lampiran Uji Linearitas	94

