

TESIS

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian
Impulsif pada TikTok *Live Streaming***



Elza Miyori Toding Rante

235312462

**MAGISTER INFORMATIKA
DEPARTEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN JUDUL
Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian
Impulsif pada TikTok *Live Streaming*



Elza Miyori Toding Rante

235312462

MAGISTER INFORMATIKA
DEPARTEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK LIVE STREAMING

yang disusun oleh

Elza Miyori Toding Rante

235312462

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 14 Januari 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Y. Sigit Purnomo WP., S.T.,M.Kom., Ph.D.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto, M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 14 Januari 2025

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

HALAMAN PERNYATAAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Elza Miyori Toding Rante

NIM : 235312462

Judul Tesis : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif pada TikTok *Live Streaming*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Yogyakarta,

Yang membuat pernyataan,

()

INTISARI

Di era digital, *live streaming* pada platform TikTok telah menjadi alat pemasaran yang efektif untuk mendorong perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor *deal proneness*, *interactivity*, dan *perceived enjoyment* terhadap *impulsive buying* dengan menerapkan teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR). Faktor *deal proneness* mencerminkan kepekaan konsumen terhadap penawaran khusus, sementara *interactivity* menyoroti peran komunikasi langsung antara penjual dan konsumen yang meningkatkan keterlibatan emosional. Faktor-faktor tersebut diasumsikan meningkatkan *perceived enjoyment*, yang menjadi mediator dalam hubungan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Sebanyak 281 responden dari Generasi Z yang telah bertransaksi melalui TikTok *live streaming* berpartisipasi dalam survei daring. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS. Hasil analisis menunjukkan bahwa *deal proneness* dan *interactivity* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived enjoyment*, yang kemudian berdampak signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, kedua faktor tersebut juga secara langsung memengaruhi keputusan pembelian impulsif. Hasil penelitian ini memberikan wawasan teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan teori SOR dalam *social commerce*. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pemasar untuk memanfaatkan *live streaming* TikTok sebagai platform yang efektif dalam mendorong pembelian impulsif dengan strategi promosi yang menekankan pada penawaran menarik dan interaksi yang intensif.

Kata Kunci: TikTok, *live streaming*, *impulsive buying*, *deal proneness*, *interactivity*, *perceived enjoyment*, teori SOR

ABSTRAK

In the digital era, live streaming on the TikTok platform has become an effective marketing tool to drive impulsive buying behavior. This study aims to analyze the impact of deal proneness, interactivity, and perceived enjoyment on impulsive buying by applying the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory. The deal proneness factor reflects consumers' sensitivity to special offers, while interactivity emphasizes the role of direct communication between sellers and consumers that enhances emotional engagement. These factors are assumed to increase perceived enjoyment, which serves as a mediator in the relationship with impulsive buying. This study employs a quantitative method with purposive sampling technique. A total of 281 Generation Z respondents who have made transactions through TikTok live streaming participated in the online survey. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS software. The results indicate that deal proneness and interactivity significantly positively affect perceived enjoyment, which in turn significantly impacts impulsive buying. Moreover, both factors directly influence impulsive buying decisions. This study provides both theoretical and practical insights. Theoretically, it expands the application of the SOR theory in social commerce. Practically, it offers recommendations for marketers to leverage TikTok live streaming as an effective platform to drive impulsive buying through promotional strategies that emphasize attractive offers and intensive interactions.

Keywords: TikTok, live streaming, impulsive buying, deal proneness, interactivity, perceived enjoyment, SOR theory

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penelitian tesis ini mampu peneliti selesaikan dengan baik. Penelitian tesis ini merupakan salah satu syarat untuk kelulusan Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti juga tidak lupa mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua, Alm. Bapak Petrus Minggu dan Ibu Yori Kepe' Toding Rante yang selalu mendukung di dalam berbagai aspek untuk peneliti dapat menyelesaikan studi ini.

Peneliti bersyukur atas segala doa, motivasi, dukungan, bimbingan, serta bantuan yang menguatkan peneliti selama menjalankan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini juga, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Informatika sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan membantu mengoreksi dan memberikan masukan kepada peneliti selama proses pengerjaan tesis hingga selesai.
2. Bapak Yohanes Sigit Purnomo WP., S.T.,M.Kom., Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan membantu mengoreksi dan memberikan masukan kepada peneliti selama proses pengerjaan tesis hingga selesai.
3. Bapak Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto, M.Eng., Ph.D selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak sekali masukan kepada peneliti untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Seluruh Dosen Atma Jaya Yogyakarta khususnya pada Program Studi Magister Informatika yang telah mengajar dan membimbing peneliti selama menjalani studi S2.
5. Segenap keluarga besar yang mendukung dan mendoakan.

6. Semua rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Informatika angkatan 2023/2024.
7. Para responden yang sudah mendukung dalam proses pengumpulan data penelitian.
8. Roland Parinding yang selalu mendoakan, menemani, menghibur dan mendukung peneliti dalam proses penelitian ini berlangsung.
9. Sahabat dan teman (Olivia, Brinda, Fani, Jabol, Yati, Fani, Ristri, Sendona dan yang belum sempat disebutkan namanya satu persatu) yang mendukung dan mendoakan sehingga peneliti terus bersemangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian tesis ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti siap menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak agar tesis ini mampu memberikan manfaat yang baik.

Yogyakarta, Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN TESIS	iv
INTISARI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	14
PENDAHULUAN	14
1.1.Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Pertanyaan Penelitian	17
1.4. Batasan Masalah	18
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	18
1.5.1. Tujuan Penelitian	18
1.5.2. Manfaat Penelitian	18
BAB 2	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
BAB 3	34
LANDASAN TEORI	34
3.1. TikTok	34
3.2. TikTok <i>Live Streaming</i>	34
3.3. Teori Stimulus-Organisme-Respon	35
3.4. <i>Deal Proneness</i>	36
3.5. <i>Interactivity</i>	36
3.6. <i>Perceived Enjoyment</i>	37
3.7. <i>Impulsive Buying</i>	37
BAB 4	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
Identifikasi Masalah	40

Studi Literatur	40
Pengembangan Model.....	41
Pengumpulan Data	49
Pengolahan dan Analisis Data	50
Hasil dan Pembahasan	52
BAB 5	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1. Hasil Pengumpulan Data.....	53
5.2. Persiapan Data	53
5.2.1. Factor Analysis	54
5.2.2. Uji Reliabilitas	56
5.2.3. Harman's Single Factor	57
5.2.4. Variance Inflation Factors (VIFs)	59
5.3. Analisis Deskriptif	59
5.3.1. Karakteristik Responden	60
a.) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
b.) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
c.) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
e.) Karakteristik Responden Berdasarkan Tiktok Experience	62
f.) Karakteristik Responden Berdasarkan Tiktok Live Streaming Experience .	63
5.3.2. Analisis T-test One Sample.....	64
5.3.3. Uji Normalitas (Skewness & Kurtosis).....	66
5.4. Uji Hipotesis	67
5.5. Uji Model Fit.....	69
5.6. Pembahasan.....	70
5.8. Implikasi	74
5.8.1. Impilkasi Teoritis	74
5.8.2. Impilkasi Praktis	75
BAB 6	78
KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
6.1. Kesimpulan	78
6.2. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	80
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian (Li, Jiang and Chang, 2022)	20
Gambar 2. 2 Model Penelitian (Indriastuti et al., 2024)	21
Gambar 2. 3 Model Penelitian (Cheah, Hollebeek and Xin Jean, 2023)	22
Gambar 2. 4 Model Penelitian (Lee and Chen, 2021a).....	23
Gambar 2. 5 Model Penelitian (Huang and Suo, 2021)	24
Gambar 2. 6 Model Penelitian (Elsholiha, Najib and Amalia, 2023)	25
Gambar 2. 7 Model Penelitian (Kaniati, Sosianika and Setiawati, 2024).....	26
Gambar 2. 8 Model Penelitian (Lin et al., 2023)	27
Gambar 2. 9 Model Penelitian (Dwitya and Hartono, 2023)	28
Gambar 3. 1 Stimulus-Organism-Response Model (Mehrabian & Russell (1974)).....	36
Gambar 4. 1 Tahapan Penelitian	39
Gambar 4. 2 Model Penelitian (Lin et al., 2023)	41
Gambar 4. 3 Usulan Model Penelitian	44
Gambar 5. 1 Model Uji CFA	54
Gambar 5. 2 Model Pengujian Hipotesis	67
Gambar 5. 3 Direct Effect Pada Model.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4. 1 Definisi Operasional	46
Tabel 4. 2 Instrumen dan Indikator	47
Tabel 4. 3 Skala reabilitas Cronbach's Alpha.....	51
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	55
Tabel 5. 2 Hasil Uji Validitas Diskriminan	56
Tabel 5. 3 Hasil Uji Reliabilitas menggunakan Metode Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 5. 4 Hasil Uji Harman's Single Factor	58
Tabel 5. 5 Hasil Uji Variance Inflation Factors (VIFs)	59
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan TikTok Experience	63
Tabel 5. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tiktok Live Streaming Experience.....	63
Tabel 5. 11 Analisis T-test One Sample	65
Tabel 5. 12 Uji Normalitas (Skewness & Kurtosis)	66
Tabel 5. 13 Hasil Uji Hipotesis.....	68
Tabel 5. 14 Uji Model Fit	69