

MOTTO

“Be Brave, Be Humble” – Byun Baekhyun

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas selesainya laporan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberi dukungan, doa dan bantuan secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyampaikan skripsi ini. Kakak saya yang memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prihartini Budi Astuti S.E., M.Si. Selaku Dosen pembimbing yang sudah sabar memberikan bimbingan, serta memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Teman perjuangan Dwi Apriyanti yang memberikan saya dorongan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.
5. Untuk diri saya sendiri, terimakasih telah kuat untuk menyelesaikan perkuliahan ini sampai akhir.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *live shopping*, *online customer review*, dan *metode pembayaran cash on delivery* terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada pengguna tiktok mahasiswa universitas putra bangsa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada tiktok shop minimal satu kali. Instrument yang digunakan yaitu kuesioner yang disevarkan secara *online* melalui *google form* dengan pengukuran data menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan 100 orang sampel. Teknik analisis yang digunakanyaitu analisis regresi linear berganda oleh spss program 25. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) *live shopping* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian 2) *cash on delivery* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian 3) metode pembayaran *cash on delivery* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.berdasarkan *adjusted r square* menunjukan bahwa kontribusi variabel pada model ini sebesar 51,8% sedangkan 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *live shopping*, *online customer review*, metode pembayaran *cash on delivery*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of live shopping, online customer reviews, and the cash on delivery payment method on purchasing decisions at TikTok Shop for students of Putra Bangsa University's TikTok users. This type of research is quantitative research. Sampling using non-probability sampling with purposive sampling technique. Respondents in this study were consumers who had made a purchase at a Tiktok shop at least once. The instrument used was a questionnaire distributed online via the Google form with data measurement using a Likert scale. This study used 100 samples. The analysis technique used is multiple linear regression analysis by the SPSS 25 program. The results of this study explain that 1) live shopping has a significant effect on purchasing decisions 2) cash on delivery does not have a significant effect on purchasing decisions 3) cash on delivery payment methods have an effect significantly on purchasing decisions. based on adjusted r square shows that the contribution of variables in this model is 51.8% while 48.2% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: *live shopping, online customer reviews, cash on delivery payment methods, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas ridho dan rahmat serta keyakinan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan dengan baik penelitian skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *LIVE SHOPPING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

(Studi Pengguna tiktok Mahasiswa Universitas Putra Bangsa)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., MM. Selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. Selaku Ketua Progam Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Ibu Prihartini Budi Astuti S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan semangat, dorongan, perhatian dan bimbingan dalam penyusunan penelitian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

5. Seluruh staf dan pustakawan perpustakaan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan materil dan non-materil, serta doa restu kepada penulis agar terselesaikannya penelitian skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah banyak berbagi pengetahuan dan semangat untuk menyelesaikan tugas penelitian skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kerja samanya bagi kesuksesan penelitian skripsi ini.

Penulis sadar bahwa laporan ini masih banyak kekurangan. Namun, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 26 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Tinjauan Teori	12

2.1.1.	Keputusan Pembelian	12
2.1.2.	<i>Live Shopping</i>	17
2.1.3.	<i>Online Customer Review</i>	22
2.1.4.	Metode Pembayaran <i>Cash On Delivery</i>	24
2.2.	Penelitian Terdahulu	26
2.3.	Hubungan Antar Variabel	31
2.4.	Model Empiris.....	34
2.5.	Hipotesis.....	34
BAB III	63
METODE PENELITIAN	63
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	63
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	63
3.3.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	70
3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.5.	Populasi dan Sampel	74
3.6.	Teknik Analisis Data.....	76
3.7.	Analisis Data	77
BAB IV	86
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	86
4.1.	Analisis Deskriptif.....	86
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan TikTok.....	86
4.1.2	Karakteristik Responden	87
4.2	Analisis Statistik.....	89
4.2.1	Uji Validitas	89
4.2.2	Uji Reliabilitas	93

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.2.4 Uji Analisis Linear Berganda.....	97
4.2.5 Uji Hipotesis	99
4.3. Pembahasan	103
BAB V.....	108
SIMPULAN	108
5.1. Simpulan.....	108
5.2. Keterbatasan	109
5.3. Implikasi.....	109
5.3.1 Implikasi Praktis	110
5.3.2 Implikasi Teoritis	111
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Social Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2022.....	2
Tabel I- 2 Mini Riset Terkait Keputusan Pembelian	4
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Keputusan Pembelian.....	65
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Life Shopping.....	67
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Online Customer Review	69
Tabel III- 5 Indikator Dan Distribusi Kuesioner Cash On Delivery	70
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden	87
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	89
Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Variabel Live Shopping.....	90
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review.....	91
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Cash On Delivery	92
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	92
Tabel IV- 8 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel IV- 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	95
Tabel IV- 10 Hasil Analisis Linear Berganda.....	97
Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	100
Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	102
Tabel IV- 14 Hasil Uji Determinasi (Uji R ²)	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Desain Penelitian.....	34
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	94
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner Penelitian	97
LAMPIRAN 2 Kartu Bimbingan	63
LAMPIRAN 3 Kartu Seminar	64
LAMPIRAN 4 Data Tabulasi	65
LAMPIRAN 5 Olah Data.....	70
LAMPIRAN 6 Tabel r	78
LAMPIRAN 7 Tabel t.....	81
LAMPIRAN 8 Tabel f	83