

HALAMAN MOTTO

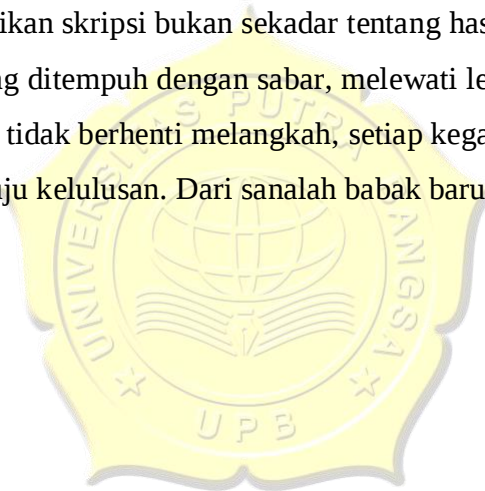
النَّصِيرُ وَنِعْمَ الْمَوْلَى نِعْمَ الْوَكِيلُ وَنِعْمَ اللَّهُ حَسْبُنَا

Hasbunallah wani 'mal wakil, ni 'mal maula wani 'man nasir

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami, dan Allah adalah sebaik-baik pelindung dan sebaik-baik penolong.”

“Tidak akan diperoleh ilmu kecuali dengan keenam hal; kecerdasan, kesungguhan, kesabaran, bekal yang cukup, bimbingan guru, dan waktu yang panjang.” – Imam Syafi’i

Perjalanan menyelesaikan skripsi bukan sekadar tentang hasil akhir, tetapi tentang proses panjang yang ditempuh dengan sabar, melewati lelah, ragu, dan jatuh bangun. Selama kita tidak berhenti melangkah, setiap kegagalan hanya menjadi batu loncatan menuju kelulusan. Dari sanalah babak baru kehidupan dimulai.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah yang penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wahyudi dan Ibu Dhiny, yang senantiasa mendo'akan, mendidik, selalu memberikan dukungan dan kasih sayang selama ini dan seterusnya. Terima kasih atas semua usaha dan bekerja keras yang telah diberikan demi pendidikan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu.
2. Kakak dan adik-adik tercinta, dan saudara penulis yang selalu mendo'akan dan selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kebersamaan yang selalu menjadi penyemangat bagi penulis.
3. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, arahan dan bimbingannya selama ini yang sangat berarti. Terima kasih atas kesabaran perhatian, dan ilmu yang telah diberikan Ibu kepada penulis. Semoga kebaikan dan ketulusan ibu dibalas oleh Allah SWT.
4. Bapak/ibu dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan. Semoga segala ilmu yang telah diberikan dapat menjadi bekal yang berharga bagi penulis di masa mendatang.
5. Teman-teman seperjuangan dari Kampus 2, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan, pengalaman, bantuannya selama kuliah dan banyak hal yang kita jalani dan pelajari bersama.
6. Untuk diri saya sendiri, Khusnia Septi Nur Wahyudi. Terima kasih telah berjuang dan bertahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih karena tidak menyerah dalam menghadapi rasa lelah, khawatir, dan takut selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Semoga langkah yang telah dimulai melalui pencapaian ini dapat membawa menuju masa depan yang lebih baik, penuh keberkahan, serta kesuksesan. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *content marketing* dan *live streaming* terhadap *impulse buying* pada pengguna aplikasi TikTok Shop melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan menggunakan *skala likert* empat pilihan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi kelas XII MAN 3 Banyumas yang berjumlah 115 siswa dan menggunakan aplikasi TikTok Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu siswa yang aktif menggunakan TikTok Shop. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik yang meliputi, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis korelasi, analisis jalur (*path anaysis*), serta uji sobel dengan bantuan program *SPSS for Windows* versi 27.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima kecuali hipotesis keempat (H₄) yaitu pengaruh *live streaming* terhadap *impulse buying* yang tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci : *Content Marketing*, *Live Streaming*, Kepercayaan Konsumen dan *Impulse Buying*.



KATA PENGANTAR

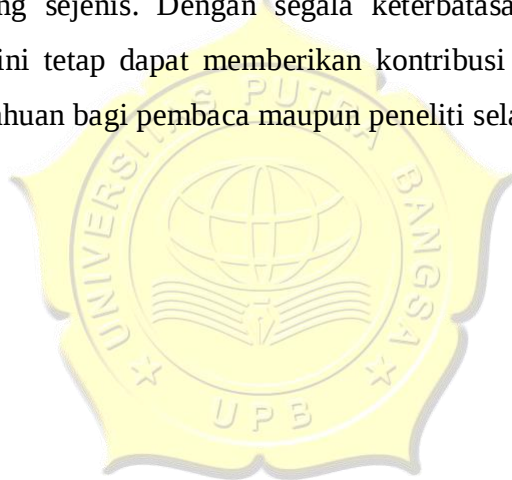
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan ridho dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content marketing* dan *Live streaming* terhadap *Impulse buying* pada Pengguna Aplikasi TikTok Shop melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening” sehingga dapat penulis selesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, saran dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis dalam penulisan skripsi.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan.
3. Bapak Drs. Solikhin, M.Ag., selaku Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Banyumas (MAN 3 Banyumas) beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan berkenan memberikan informasi terkait penyusunan skripsi ini,
4. Seluruh adik-adik siswa kelas XII IPA, IPS dan Agama yang telah bersedia menjadi responden penelitian untuk meluangkan waktu, partisipasi dan kesediannya dalam mengisi kuesioner penelitian sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik dan penelitian ini dapat diselesaikan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
5. Semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, sejak awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut tidak lepas dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki serta dari bimbingan dan arahan dosen pembimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca mengenai fenomena pemasaran digital yang saat ini semakin berkembang. Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sejenis. Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berharap skripsi ini tetap dapat memberikan kontribusi positif serta menjadi tambahan pengetahuan bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.



Kebumen, 20 April 2026

Penulis,

Khusnia Septi Nur Wahyudi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. <i>Variabel Impulse Buying</i>	17
2.1.2. Variabel Kepercayaan Konsumen	20
2.1.3. Variabel <i>Content Marketing</i>	23

2.1.4. Variabel <i>Live Streaming</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4. Model Empiris.....	41
2.5. Hipotesis	42
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2. Variabel Penelitian	43
3.3. Definisi Operasional Variabel	44
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	47
3.5. Populasi dan Sampel.....	50
3.6. Teknik Analisis	51
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Gambaran Sejarah Umum Perusahaan	62
4.2. Analisis Deskriptif	63
4.3. Analisis Statistik.....	67
4.4. Pembahasan	88
BAB V.....	94
SIMPULAN	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan	96
5.3. Implikasi	97
5.3.1 Implikasi Praktis.....	97

5.3.2 Implikasi Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	108



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Mini Riset	8
Tabel II-2 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III-1 Indikator Variabel <i>Impulse buying</i> pada Kuesioner.....	45
Tabel III-2 Indikator Kepercayaan Konsumen pada Kuesioner	46
Tabel III-3 Indikator <i>Content marketing</i> pada Kuesioner	46
Tabel III-4 Indikator <i>Live streaming</i> pada Kuesioner.....	47
Tabel III-5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	58
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	65
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja <i>Online</i> ..	65
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Dana Belanja	66
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Content marketing</i>	67
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Live streaming</i>	68
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	68
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse buying</i>	69
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 1	73
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 2	73
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial Substruktural 1.....	78
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial Substruktural 2.....	78
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Substruktural 1	79
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Substruktural 2	80
Tabel IV-17 Hasil Uji Analisis Korelasi.....	81
Tabel IV-18 Hasil Uji Analisis Jalur Substruktural 1	82
Tabel IV-19 Hasil Uji Analisis Jalur Substruktural 2	83
Tabel IV-20 Hasil Uji Sobel Substruktural 1	88
Tabel IV-21 Hasil Uji Sobel Substruktural 2	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	2
Gambar I-2 Demografi Pengguna TikTok Indonesia.....	6
Gambar I1-1 Model Empiris.....	41
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	71
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	72
Gambar IV-3 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 1	75
Gambar IV-4 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 2	76
Gambar IV-5 Diagram Jalur (Hasil Analisis Jalur).....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	113
Lampiran 3 Identitas Responden	124
Lampiran 4 Tabel R Hitung	129
Lampiran 5 T Tabel	129
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	130
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	134
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	136
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas	137
Lampiran 10 Hasil Uji Heterokedastisitas	138
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis	139
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	140
Lampiran 13 Hasil Uji Korelasi	140
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Jalur	141
Lampiran 15 Hasil Uji Sobel	142
Lampiran 16 Kartu Bimbingan Skripsi	143
Lampiran 17 Kartu Seminar	144
Lampiran 18 Dokumentasi Penelitian	145