

ABSTRAKSI

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming shopping* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian melalui *trust* sebagai variabel *intervening* pada pengguna Shopee. Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna Shopee di Kebumen. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan program SPSS 24 dan *Sobel test*. Hasil penelitian ini menunjukkan *live streaming shopping*, *online customer review* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *live streaming shopping* berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Variabel *trust* mampu memediasi hubungan *live streaming shopping* dan keputusan pembelian. Sedangkan variabel *online customer review* tidak berpengaruh terhadap *trust* dan *trust* tidak mampu memediasi hubungan *online customer review* dan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *live streaming shopping*, *online customer review*, *trust* dan *keputusan pembelian*, *shopee*.



ABSTRACT

The research aims to determine the influence of live streaming shopping and online customer reviews on purchasing decisions through trust as an intervening variable for Shopee users. The population in this study were Shopee users in Kebumen. The sampling technique used was purposive sampling. This research used a sample of 100 respondents. Data analysis uses path analysis with the SPSS 24 program and Sobel test. The results of this research show that live streaming shopping, online customer reviews and trust have a significant influence on purchasing decisions. The live streaming shopping variable has a significant effect on trust. The trust variable is able to mediate the relationship between live streaming shopping and purchasing decisions. Meanwhile, the online customer review variable has no effect on trust and trust is unable to mediate the relationship between online customer reviews and purchasing decisions.

Keywords: *live streaming shopping, online customer reviews, trust and purchasing decisions, shopee.*



HALAMAN MOTTO

“Kesuksesan ada ditanganmu bukan ditangan orang lain, jadi jangan bergantung pada orang lain untuk menentukan jalur kesuksesanmu.”

“Sapa wani rekasa bakal gayuh mulya”

-Ali Mustakim-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Makhmudin dan Ibu Marwiyah yang selalu menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk saya
2. Kakakku tersayang Ahmad Nudhin, Ade Wahyu Utami, Nur Azizi dan Nalali Kamalina yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam mendidik saya.
3. Sahabat saya yang telah menemani dan menyemangati dalam mengerjakan keluh kesah skripsi.
4. Seluruh teman-teman kelas Reguler C angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugrah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live streaming shopping* dan *Online customer review* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Trust* Sebagai Variabel *Intervening*” ini dimaksud untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita yang nyata, khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan segenap literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Akhmad Syrifudin, S.E., M.Si. yang telah membimbing saya dengan baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Shopee di Kebumen.

4. Kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 29 Januari 2024
Penulis

Ali Mustakim
NIM 205504312



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	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.....	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori.....	16
2.1.1. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	16
2.1.2. Keputusan Pembelian	17
2.1.3. <i>Trust</i>	21
2.1.4. <i>Live streaming shopping</i>	24
2.1.5. <i>Online customer review</i>	27

2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4.	Model Empiris.....	38
2.5.	Hipotesis	38
METODE PENELITIAN.....		40
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	40
3.2.	Variabel Penelitian	40
3.3.	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	45
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.	Populasi dan Sampel	48
3.7.	Teknik Analisis	51
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1.	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.	Analisis Statistik.....	70
4.3.	Pembahasan.....	92
BAB V		102
SIMPULAN		102
5.1.	Simpulan	102
5.2.	Keterbatasan.....	104
5.3.	Implikasi	104
5.3.1	Implikasi Praktis.....	105
5.3.2	Implikasi Teoritis	108
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Nilai Transaksi Bruto Ekonomi Digital Indonesia	2
Tabel I- 2 Hasil Observasi.....	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel III- 1 Distribusi Indikaor Keputusan Pembelian (Y) pada Kuesioner	42
Tabel III- 2 Distribusi Indikator <i>Trust</i> (Y1).....	43
Tabel III- 3 Distribusi Indikator <i>Live streaming shopping</i> (X1).....	44
Tabel III- 4 Distribusi Indikaor <i>Online customer review</i> (X2) pada Kuesioner ...	45
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel <i>Live streaming shopping</i>	71
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Online customer review</i>	72
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel <i>Trust</i>	72
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural 1	76
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural 2	77
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1	79
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	80
Tabel IV- 14 Hasil uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	82
Tabel IV- 15 Hasil uji Koefisien Determinasi Substruktural 2.....	82
Tabel IV- 16 Hasil Uji Analisis Korelasi.....	83
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1.....	85
Tabel IV- 18 Hasil Koefisien Jalur Substruktural 2.....	86
Tabel IV- 19 Hasil Uji Sobel Substruktural 1	91
Tabel IV- 20 Hasil Uji Sobel Substruktural 2.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar II- 2 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
Gambar IV- 1 Hasil uji Normalitas Substruktural 1	75
Gambar IV- 2 Hasil uji Normalitas Substruktural 2	75
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 1	77
Gambar IV- 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 2	78
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	89



DAFTAR GRAFIK

Grafik I- 1 Data Kunjungan *E-commerce* Kategori *Marketplace* 4



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	116
Lampiran 2 Data Responden.....	120
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	125
Lampiran 4 Uji Validitas.....	106
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	109
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	110
Lampiran 7 Uji Parsial (Uji t).....	113
Lampiran 9 Hasil Analisis Jalur.....	116
Lampiran 10 Tabel r.....	117
Lampiran 11 T Tabel	119
Lampiran 12 Hasil <i>Sobel test</i>	121
Lampiran 13 Kartu Konsultasi Skripsi.....	122
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	123

