

**MENGUJI NIAT KONSUMEN BERBELANJA MELALUI TIKTOK
MIDNIGHT LIVE: BAGAIMANA PERAN TRUST?**

Zahra Fahriza

1707619049



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

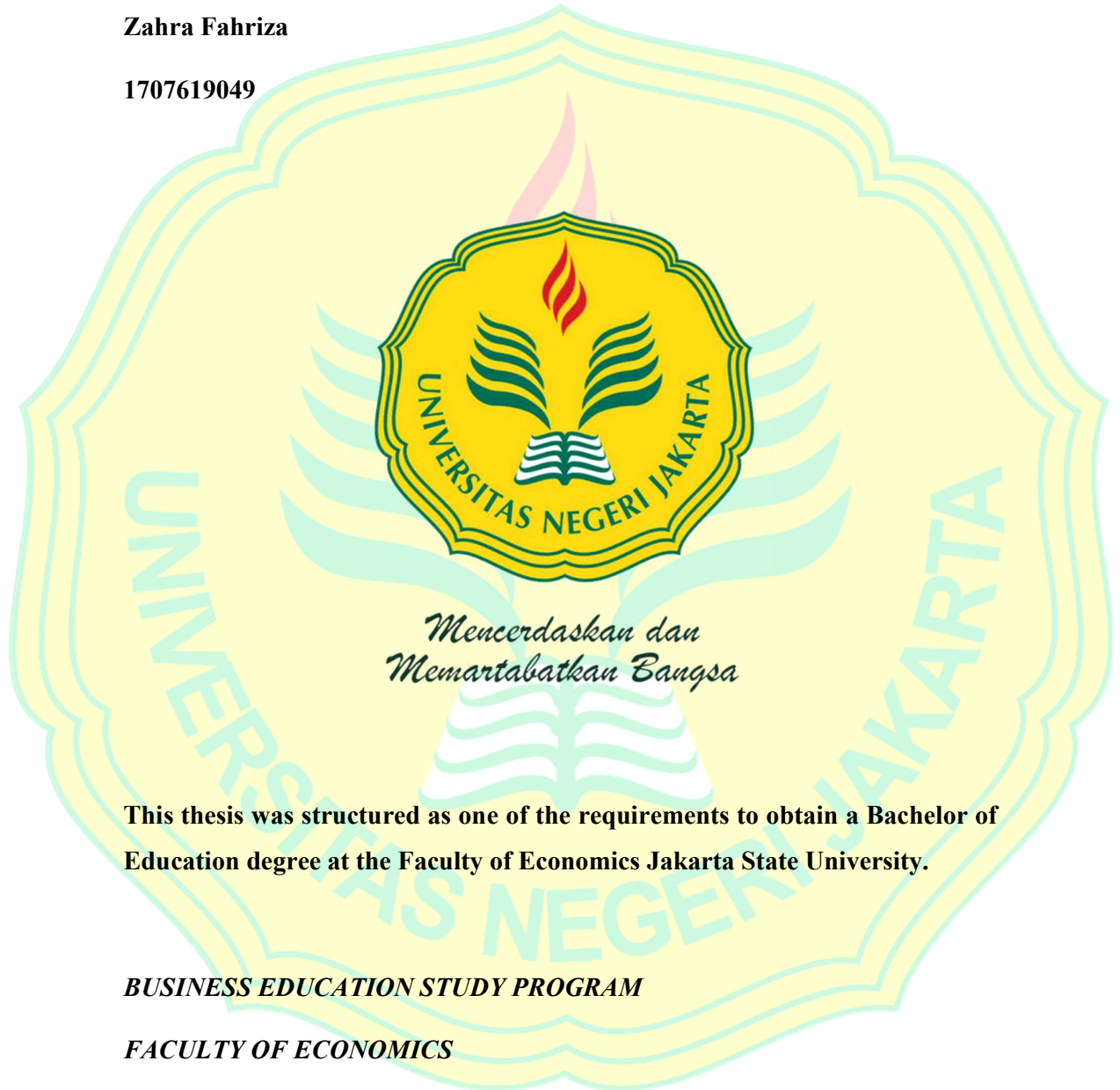
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***ANALYZING CONSUMER INTENTION TO SHOPPING THROUGH
TIKTOK MIDNIGHT LIVE : WHAT ROLE DOES TRUST PLAY?***

Zahra Fahriza

1707619049



This thesis was structured as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics Jakarta State University.

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

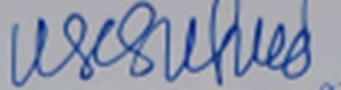
2023

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


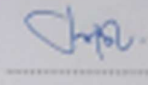

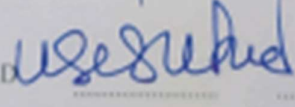

Penanggung Jawab

Pt. Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D

NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM NIP. 199110182019031014 (Ketua Sidang)		22-08-2023
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIDN. 0002038107 (Penguji 1)		15-08-2023
3	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)		22-08-2023
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		18-08-2023
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		16-08-2023

Nama : Zahra Fahriza
No. Registrasi : 1707619049
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 1 Agustus 2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya Zahra Fahriza mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli hasil penelitian saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain. Kemudian, skripsi ini juga belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



Zahra Fahriza
NIM. 1707619049

ABSTRAK

ZAHRA FAHRIZA. Menguji niat konsumen berbelanja melalui TikTok *midnight live*: bagaimana peran *trust*?. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli pada produk *fashion* melalui TikTok *midnight live*. Adapun enam variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya *purchase intention*, *trust*, *background visual complexity*, *electronic word of mouth*, dan *interaction*. Penelitian ini dilakukan di daerah Jakarta. Metode penelitian kuantitatif menggunakan skala *likert* sebagai pengukuran dengan populasi generasi Z yang memiliki akun TikTok dan pernah menonton TikTok *midnight live*. Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling* sebanyak 237 responden yang diperoleh. Teknik analisis penelitian dengan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian membuktikan bahwa *background visual complexity*, *trust* dan *interaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *e-wom* dan *interaction* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *trust*.

Kata Kunci : *Purchase intention*, *trust*, *background visual complexity*, *electronic word of mouth*, *interaction*, *generasi Z*, *TikTok*.

ABSTRACT

ZAHRA FAHRIZA. *Analyzing consumer intention to shopping through tiktok midnight live : What role does trust play?. Jakarta: Study Program of Business education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2023.*

This study aims to examine the factors that influence the purchase intention of the product fashion through TikTok midnight live. The six variables used in this study include: purchase intention, trust, background visual complecity, electronic word of mouth, and interaction. This research was conducted in the Jakarta area. Quantitative research methods use a scale likert as a measure of the Gen Z population that has a TikTok account and has watched TikTok midnight live. The sampling technique is convenience sampling as many as 237 respondents obtained. Research analysis technique with Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study found that background visual complexity, trust and interaction has a positive and significant effect on purchase intention, e-wom and interaction has a positive and significant effect on trust.

Keywords : Purchase intention, trust, background visual complecity, electronic word of mouth, interaction, gen Z, TikTok.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Man Jadda Wajada

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, dia pasti berhasil."

Kata pertama yang ingin saya sampaikan pada lembar persembahan ini adalah Alhamdulillah. Segala puji bagi Allah SWT, tuhan yang memiliki alam semesta yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Hasil karya tulis ini saya persembahkan kepada dua wanita hebat yang telah hadir dalam hidup saya, almarhumah Nenek saya dan Ibu saya. Kemudian, skripsi ini juga saya persembahkan kepada keluarga, adik-adik, kerabat serta teman-teman yang selalu mendukung saya dalam proses kuliah serta penyelesaian karya akhir ini. Karya ini juga penulis persembahkan kepada para dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak pembelajaran serta bimbingan selama menempuh pendidikan di jenjang ini. Terakhir, persembahan ini saya berikan kepada teman-teman satu prodi maupun prodi lain serta para generasi Z di Jakarta sebagai responden yang membantu saya mengisi ataupun menyebarkan kuisioner penelitian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan limpahan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Menguji Niat Konsumen Berbelanja Melalui Tiktok *Midnight Live*: Bagaimana Peran *Trust*?”. Laporan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak lupa peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah membantu peneliti, diantaranya sebagai berikut.

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta serta sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan skripsi.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan skripsi.
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama kuliah.
5. Almarhumah Nenek, Ibu, paman Nasrulloh, serta keluarga saya lainnya yang senantiasa memberikan motivasi dan menemani saya selama ini.
6. Dwiki Prastyo sebagai orang terkasih yang selalu memberikan saya dukungan selama proses kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2019 yang telah memberikan saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
8. Generasi Z di Jakarta sebagai responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuisisioner penelitian ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti menerima umpan balik ataupun saran yang membangun dari para pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap, karya tulis ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Jakarta. 20 Juli 2023



Peneliti



