



**PENGARUH PENONTONAN LIVE STREAMING TIKTOK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Y.O.U**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

Disusun Oleh :  
**Laila Nurul Khasanah**  
**44322010060**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**



**PENGARUH PENONTONAN LIVE STREAMING TIKTOK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Y.O.U**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1)  
Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Laila Nurul Khasanah**

**44322010060**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laila Nurul Khasanah

NIM : 44322010060

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

**“Pengaruh Penontonan Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U”** adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Maret 2026

The block contains an official stamp of Universitas Mercu Buana, featuring the university's logo and the text "UNIVERSITAS MERCU BUANA". Next to it is a handwritten signature in black ink. Below the stamp is a yellow rectangular sticker with the text "METERAI TEMPEL" and a unique identification number "45 ID7ANX300875085".

Laila Nurul Khasanah

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Laila Nurul Khasanah  
NIM : 44322010060  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Dengan judul “ Pengaruh Penontonan Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U.” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Maret 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 26%

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 12 Maret 2026

Administrator Turnitin

Rizki Agustin. S.Kom

#### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax: 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Laila Nurul Khasanah

NIM : 44322010060

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Penontonan Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Oktober 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Yogi Prima Muda, M.Ikom

Jakarta, 11 Maret 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK : 0318816602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTIK : 0301117301



## KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur saya haturkan ke hadirat Allah SWT atas seluruh curahan rahmat, taufik, serta hidayahnya. Sehingga penulis bisa menuntaskan perangkaian skripsi ini berjudul “Pengaruh Penontonan *Live Streaming* TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U” selaku satu di antara persyaratan guna menuntaskan studi Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Marketing Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Pada penelitian ini, penulis menyadari banyak sokongan serta dukungan yang diterima beragam pihak sehingga bisa menuntaskan proposal ini. Maka sebab itu, dengan segala kerendahan hati. Penulis ingin menyalurkan terima kasih yang sebanyak - banyaknya pada :

1. Bapak Yogi Prima Muda, M. Ikom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu serta membimbing, mengarahkan dan menyalurkan banyak saran selama tahapan penyusunan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana atas ilmu dan kesempatan belajar yang di berikan.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., Selaku Dekan fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D., Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Kepada semua dosen Universitas Mercu Buana yang sudah membimbing , mendidik , serta menyalurkan ilmu pengetahuan selama kegiatan perkuliahan. Dengan penuh kesabaran dan dedikasi pada dosen yang telah menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran hingga penulis dapat mencapai titik pencapaian ini. Ilmu, serta arahan yang diberikan dan diterima menjadi bekal bagi penulis untuk menghadapi dunia setelah perkuliahan ini dengan ilmu yang di dapatkan selama ini.

6. Teruntuk orang tua dan kakak. dengan segala rezeki, kepercayaan serta dukungan yang telah diberikan. Menjadi kekuatan utama bagi penulis.
7. Teruntuk teman-teman yang sudah menyalurkan saya motivasi juga menemani saya ketika perangkaian skripsi ini.
8. Teruntuk responden yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner yang menjadi bagian penting pada penelitian ini.
9. Teruntuk *my boyfriend* yang telah menemani, menenangkan, memberikan semangat dan dukungan yang menjadi sumber penyemangat ketika tahapan perangkaian skripsi ini.

Penulis menyadari studi ini masih jauh sempurna. Dengan demikian, saran juga kritik membangun amat peneliti harapkan untuk kesempurnaan karya ini pada waktu mendatang. Akhir kata, peneliti berkeinginan penelitian ini bisa berfaedah untuk pembaca serta mewujudkan referensi untuk pihak-pihak yang memerlukan

Jakarta, 18 Februari 2026

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Laila Nurul Khasanah

NIM : 44322010060

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laila Nurul Khasanah  
NIM : 44322010060  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Penontonan Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Maret 2026

Yang menyatakan,



Laila Nurul Khasanah



# **“PENGARUH PENONTONAN LIVE STREAMING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Y.O.U”**

## **ABSTRAK**

Nama : Laila Nurul Khasanah

Nim : 44322010060

Program Studi : Marketing Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Penontonan *Live Streaming* TikTok Pada Keputusan Pembelian Produk Y.O.U

Pembimbing : Yogi Prima Muda, M.Ikom

Studi ini mempunyai tujuan guna menganalisa pengaruh penontonan *live streaming* TikTok pada keputusan pembelian produk Y.O.U selaku satu di antara bentuk komunikasi pemasaran digital. Perkembangan media sosial mendorong perusahaan untuk memanfaatkan fitur *live streaming* yang memungkinkan komunikasi dua arah dengan *real time*, pembeli dengan penjual. Studi ini memakai pendekatan kuantitatif, metode survei, data dihimpun melewati penyebaran angket kepada partisipan yang pernah menonton *live streaming* TikTok produk Y.O.U. random sampling dipakai selaku teknik perolehan sampel studi ini. Data penelitian dianalisis memakai analisis statistik untuk mengetahui pengaruh variabel *live streaming* pada keputusan pembelian. Temuan studi memperlihatkan keputusan pembelian produk Y.O.U. terpengaruh nyata oleh penontonan *live streaming* TikTok, mengindikasikan unsur interaksi, penyampaian informasi, serta daya tarik konten pada *live streaming* mampu mendorong konsumen terhadap menetapkan putusan transaksi.

**Kata kunci : *Live Streaming*, TikTok, Keputusan Pembelian, Komunikasi Pemasaran Digital, Y.O.U Beauty.**

**“THE INFLUENCE OF WATCHING TIKTOK LIVE STREAMING ON  
Y.O.U.'S PRODUCT PURCHASING DECISIONS”**

***ABSTRACT***

*Name : Laila Nurul Khasanah*

*Student Id : 44322010060*

*Study Programme : Communication Science*

*Thesis Title : “The Influence of Watching TikTok Live Streaming on  
Y.O.U.'s Product Purchasing Decisions”*

*This research aims to analyze the influence of watching TikTok live streaming on purchasing decisions for Y.O.U products as a form of digital marketing communication. The development of social media has encouraged companies to utilize live streaming features that enable real-time two-way interaction between sellers and consumers. This study uses a quantitative approach with a survey method, where data is collected by distributing questionnaires to respondents who have watched the TikTok live streaming of Y.O.U. products. The sampling technique used was random sampling. The research data was analyzed using statistical analysis to determine the influence of live streaming variables on purchasing decisions. The results of the study show that watching TikTok live streaming has a significant influence on Y.O.U.'s product purchasing decisions. which indicates that the elements of interaction, information delivery, and the attractiveness of the content in live streaming are able to encourage consumers in making purchasing decisions.*

***Keyword : Live Streaming, TikTok, Purchasing Decision, Digital Marketing communication, Y.O.U Beauty.***

## DAFTAR ISI

|                                                                                 |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL.....                                                             | 0    |
| HALAMAN JUDUL.....                                                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....                                          | ii   |
| HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN .....                                   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                         | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                                             | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI<br>REPOSITORY UMB ..... | vi   |
| ABSTRAK .....                                                                   | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                           | viii |
| DAFTAR ISI .....                                                                | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                             | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                                               | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                          | 1    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                                     | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                                    | 9    |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                                                   | 9    |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                                 | 9    |
| 1.4.1    Manfaat Akademis .....                                                 | 9    |
| 1.4.2    Manfaat Praktis .....                                                  | 10   |
| 1.4.3    Manfaat Sosial.....                                                    | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                                   | 11   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu.....                                                | 11   |
| 2.2    Kajian Teoritis .....                                                    | 15   |
| 2.2.1    Komunikasi Pemasaran.....                                              | 15   |
| 2.2.2    Digital Marketing .....                                                | 15   |
| 2.2.3    Media Sosial.....                                                      | 15   |
| 2.2.4    Aplikasi TikTok.....                                                   | 16   |
| 2.2.5    Live Streaming .....                                                   | 16   |
| 2.2.6    Pop Up Tampilan Live Streaming.....                                    | 17   |

|                                              |                                            |    |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------|----|
| 2.2.7                                        | Animasi Tampilan Live Streaming .....      | 17 |
| 2.2.8                                        | Layer Tampilan Live Streaming.....         | 18 |
| 2.2.9                                        | Kredibilitas Streamer atau Host Live ..... | 18 |
| 2.2.7                                        | Teori AIDA.....                            | 19 |
| 2.2.8                                        | Teori SOR.....                             | 19 |
| 2.2.9                                        | <i>Theory Purchase Decision</i> .....      | 21 |
| 2.3                                          | Hipotesis Teori .....                      | 22 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....           |                                            | 24 |
| 3.1                                          | Paradigma Penelitian.....                  | 24 |
| 3.2                                          | Tipe Penelitian.....                       | 25 |
| 3.3                                          | Metode Penelitian.....                     | 25 |
| 3.4                                          | Populasi dan Sampel .....                  | 26 |
| 3.4.1                                        | Populasi .....                             | 26 |
| 3.4.2                                        | Sampel.....                                | 27 |
| 3.4.3                                        | Teknik Penarikan Sampel.....               | 27 |
| 3.5                                          | Definisi Konsep & Operasional Konsep ..... | 28 |
| 3.5.1                                        | Definisi Konsep.....                       | 28 |
| 3.5.2                                        | Operasional Konsep .....                   | 29 |
| 3.6                                          | Teknik Pengumpulan Data .....              | 33 |
| 3.6.1                                        | Data Primer .....                          | 34 |
| 3.6.2                                        | Data Sekunder .....                        | 34 |
| 3.7                                          | Uji Validitas dan Reliabilitas.....        | 34 |
| 3.7.1                                        | Uji Validitas.....                         | 34 |
| 3.7.2                                        | Uji Reliabilitas .....                     | 36 |
| 3.8                                          | Teknik Analisa Data .....                  | 38 |
| 3.8.1                                        | Uji Korelasi Pearson .....                 | 38 |
| 3.8.2                                        | Uji Regresi Linier Sederhana .....         | 39 |
| 3.8.3                                        | Uji Koefisien Determinasi .....            | 40 |
| 3.8.4                                        | Uji Hipotesis (Uji T) .....                | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |                                            | 43 |
| 4.1                                          | Gambaran Umum Objek Penelitian .....       | 43 |
| 4.1.1                                        | Brand Y.O.U.....                           | 43 |

|                                 |                                                                       |    |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.2                           | Visi Dan Misi .....                                                   | 45 |
| 4.2                             | Hasil Penelitian .....                                                | 45 |
| 4.2.1                           | Identifikasi Responden.....                                           | 45 |
| 4.2.2                           | Identifikasi Tabulasi Data Variabel X ( <i>live streaming</i> ) ..... | 47 |
| 4.2.3                           | Uji Validitas.....                                                    | 63 |
| 4.2.4                           | Analisis Uji Reliabilitas .....                                       | 65 |
| 4.2.5                           | Analisis Uji Korelasi Pearson .....                                   | 66 |
| 4.2.6                           | Analisis Uji Regresi Linier Sederhana .....                           | 66 |
| 4.2.7                           | Analisis Uji Koefisien Determinasi .....                              | 67 |
| 4.2.8                           | Analisis Uji Hipotesis (Uji T) .....                                  | 68 |
| 4.3                             | Pembahasan.....                                                       | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... |                                                                       | 71 |
| 5.1                             | Kesimpulan .....                                                      | 71 |
| 5.2                             | Saran.....                                                            | 72 |
| 5.2.1                           | Saran Akademis.....                                                   | 72 |
| 5.2.2                           | Saran Praktis .....                                                   | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA .....            |                                                                       | 73 |
| LAMPIRAN.....                   |                                                                       | 77 |





## DAFTAR GAMBAR

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 .....                                           | 2  |
| Gambar 1. 2.....                                            | 4  |
| Gambar 1. 3 Akun TikTok Y.O.U.....                          | 5  |
| Gambar 1. 4 TikTok Live Y.O.U .....                         | 6  |
| Gambar 1. 5 TikTok Live Y.O.U .....                         | 7  |
| Gambar 1. 6 TikTok <i>Live</i> Y.O.U .....                  | 8  |
| Gambar 2. 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen ..... | 21 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....                         | 23 |
| Gambar 4. 1 Logo Brand.....                                 | 44 |



## DAFTAR TABEL

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                   | 13 |
| Tabel 3. 1 Operasional Konsep .....                    | 29 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....                          | 33 |
| Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X.....               | 35 |
| Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y .....              | 36 |
| Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel X .....           | 37 |
| Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel Y.....            | 38 |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 46 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....             | 46 |
| Tabel 4. 3 Hasil Pernyataan Variabel X (1) .....       | 47 |
| Tabel 4. 4 Hasil Pernyataan Variabel X (2).....        | 47 |
| Tabel 4. 5 Hasil Pernyataan Variabel X (3).....        | 48 |
| Tabel 4. 6 Hasil Pernyataan Variabel X (4).....        | 48 |
| Tabel 4. 7 Hasil Pernyataan Variabel X (5).....        | 49 |
| Tabel 4. 8 Hasil Pernyataan Variabel X (6).....        | 49 |
| Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan Variabel X (7).....        | 50 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pernyataan Variabel X (8).....       | 50 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pernyataan Variabel X (9).....       | 51 |
| Tabel 4. 12 Hasil Pernyataan Variabel X (10).....      | 51 |
| Tabel 4. 13 Hasil Pernyataan Variabel X (11) .....     | 52 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pernyataan Variabel X (12).....      | 53 |
| Tabel 4. 15 Hasil Rata-Rata Pernyataan Variabel X..... | 53 |
| Tabel 4. 16 Hasil Pernyataan Variabel Y (1) .....      | 55 |
| Tabel 4. 17 Hasil Pernyataan Variabel Y (2) .....      | 55 |
| Tabel 4. 18 Hasil Pernyataan Variabel Y (3) .....      | 56 |
| Tabel 4. 19 Hasil Pernyataan variabel Y (4).....       | 56 |
| Tabel 4. 20 Hasil Pernyataan Variabel Y (5) .....      | 57 |
| Tabel 4. 21 Hasil Pernyataan Variabel Y (6) .....      | 57 |
| Tabel 4. 22 Hasil Pernyataan Variabel Y (7) .....      | 58 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 23 Hasil Pernyataan Variabel Y (8) .....       | 58 |
| Tabel 4. 24 Hasil Pernyataan Variabel Y (9) .....       | 59 |
| Tabel 4. 25 Hasil Pernyataan Variabel Y (10) .....      | 59 |
| Tabel 4. 26 Hasil Pernyataan Variabel Y (11) .....      | 60 |
| Tabel 4. 27 Hasil Pernyataan Variabel Y (12) .....      | 60 |
| Tabel 4. 28 Hasil Pernyataan Variabel Y (13) .....      | 61 |
| Tabel 4. 29 Hasil Pernyataan Variabel Y (14) .....      | 61 |
| Tabel 4. 30 Hasil Pernyataan variabel Y (15).....       | 62 |
| Tabel 4. 31 Hasil Pernyataan Rata-rata Variabel Y ..... | 62 |
| Tabel 4. 32 Uji Validitas Variabel X.....               | 64 |
| Tabel 4. 33 Uji Validitas Variabel Y .....              | 64 |
| Tabel 4. 34 Uji Reliabilitas Variabel X .....           | 65 |
| Tabel 4. 35 Uji Reliabilitas Variabel Y.....            | 65 |
| Tabel 4. 36 Uji Korelasi Pearson.....                   | 66 |
| Tabel 4. 37 Uji Regresi Linier Sederhana .....          | 67 |
| Tabel 4. 38 Uji Koefisien Determinasi.....              | 67 |
| Tabel 4. 39 Uji Hipotesis (Uji T).....                  | 68 |