

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *LIVE STREAMING*, DAN
ULASAN *ONLINE* PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Ponds)**

SKRIPSI



Nama : Azura Maharani Shakira
NIM : 43121010211

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *LIVE STREAMING*, DAN ULASAN
ONLINE PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Ponds)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.**



**Nama : Azura Maharani Shakira
NIM : 43121010211**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Azura Maharani Shakira

NIM : 43121010211

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Desember 2024



Azura Maharani Shakira

43121010211

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Azura Maharani Shakira
NIM : 43121010211
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Live Streaming, dan Ulasan Online Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ponds)
Tanggal Sidang : 26 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



UNIVERSITAS

MERCU BUANA



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254840



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, *Live Streaming*, dan Ulasan *Online* pada aplikasi TikTok terhadap Keputusan Pembelian pada Ponds. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *purposive sampling* dengan responden yang dianalisis sebanyak 140 responden. Metode analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Square* melalui *software statistic SmartPLS4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, *live streaming*, dan ulasan *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Live Streaming*, Ulasan *Online*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, live streaming, and online reviews on purchasing decisions on Ponds in the TikTok Application. In this study, the author used purposive sampling with 140 respondents analyzed. The analysis method was carried out using partial least square through the SmartPLS4 statistical software. The results of the study show that quality product, live streaming, and online reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Product Quality, Live streaming, Online Reviews, Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Live Streaming*, dan Ulasan *Online* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Ponds”**. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan, dan nasehat yang bermanfaat kepada penulis, dan juga berbagai pihak yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pengetahuan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kepada Mami, pintu surga penulis yang selalu mendoakan, menyayangi, dan memberikan dukungan kepada penulis tanpa henti yang tidak dapat dibandingkan dan digantikan dengan apapun selamanya. Terlintas rasa syukur dan haru kepada Abi penulis meskipun jarak memisahkan, selalu hadir dalam doa dan dukungan tiada henti untuk penulis.
7. Kepada Muhammad Rifqi Fachruradzi dan kedua orang tuanya yang telah mendoakan, memberikan semangat, dan memotivasi penulis dalam proses penulis.
8. Kepada teman seperjuangan program studi manajemen, yaitu Febi Adhari, Muhammad Neo Khalifah, Maulana Agung Wibowo dan lainnya yang tidak bisa disebutkan seluruhnya. Semoga kita bisa mewujudkan keinginan dan mimpi kita.

Jakarta, 26 Desember 2024

Azura Maharani Shakira

43121010211

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Teori Perilaku Konsumen.....	14
3. Kualitas Produk	16
4. <i>Live Streaming</i>	19
5. Ulasan <i>Online</i>	21
6. Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2. Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
3. Pengaruh Ulasan <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
D. Kerangka Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian.....	35

C. Definisi dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel	37
D. Skala Pengukuran Variabel.....	40
E. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel.....	41
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Analisis Deskriptif.....	47
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif.....	48
1. Deskripsi Responden	48
2. Deskripsi Variabel	50
C. Analisis <i>Partial Least Square</i>	54
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	54
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian	66
3. Pengaruh Ulasan <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Pra Survei 2024	9
2. 1	Penelitian Terdahulu.....	28
3. 1	Operasional Variabel Penelitian	37
3. 2	Skala Likert	40
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4. 4	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	50
4. 5	Hasil Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i>	51
4. 6	Hasil Deskripsi Variabel Ulasan <i>Online</i>	52
4. 7	Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	53
4. 8	Hasil Uji Convergent Validity	55
4. 9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	57
4. 10	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
4. 11	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	59
4. 12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	59
4. 13	Koefisien Determinasi.....	60
4. 14	Hasil Uji F-Square	61
4. 15	Hasil Pengujian Q2	62
4. 16	Hasil Pengujian Hipotesis.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Pengguna Terbanyak Platform Media Sosial di Indonesia 2024	2
1. 2	Pengguna Tokopedia dan TikTok Shop di Indonesia 2024	3
1. 3	Top Sabun Pembersih Wajah.....	5
1. 4	Penjualan Sabun Pembersih Muka Ponds.....	7
2. 1	Kerangka Berpikir.....	34
4. 1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	55
4. 2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	81
2	Hasil Kuesioner	85
3	Hasil Pengolahan Data	99

