

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PVN SHOES DI TIK TOK**

Oleh:

Pita Irma Nurhikmayanti

8412122051

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program
Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI
BANDUNG
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PVN *SHOES* DI
TIKTOK
SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Program Studi
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun Oleh:

Nama : Pita Irma Nurhikmayanti
NPM : 8412122051

Skripsi Ini Disetujui
Tanggal 23 September 2026

Oleh :

Dosen Pembimbing



Fitri Dewi Afiany, S.Ikom., M.M

NIP : 0430129402

Mengetahui,

Ketua Program studi



Risna Haryati, S.E., M.M

NIP : 0426017502

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PVN *SHOES* DI
TIKTOK
SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun Oleh:

Nama : Pita Irma Nurhikmayanti

NPM : 8412122051

Skripsi Ini Disetujui
Tanggal 23 September 2026

Oleh

Dosen Pembimbing



Fitri Dewi Afiany, S.Ikom, M.M

NIP : 0430129402

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D

NIP : 0405069203

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Risna Haryati, S.E., M.M

NIP : 0426017502

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Pita Irma Nurhikmayanti
Tempat, Tanggal Lahir : Garut, 25 Oktober 2003
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonmi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming dan Online
Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk P VN Shoes di TikTok

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung, September 2026



Pita Irma Nurhikmayanti

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dari pembelian secara tatap muka menuju platform daring. TikTok menjadi salah satu media yang dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran dan penjualan melalui berbagai fitur, termasuk *live streaming* dan *online customer review*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di TikTok, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna TikTok yang memenuhi kriteria penelitian dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di TikTok. Sebaliknya, *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, secara simultan *live streaming* dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Live Streaming, Online Customer Review, Keputusan Pembelian, TikTok, PVN Shoes*

ABSTRACT

The development of digital technology has changed consumer behavior from face-to-face purchasing to online platforms. TikTok has become one of the media used for marketing and sales activities through various features, including live streaming and online customer reviews. This study aims to analyze the effect of live streaming and online customer reviews on purchasing decisions for PVN Shoes products on TikTok, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed to TikTok users who met the research criteria and were analyzed using multiple linear regression and hypothesis testing. The results show that live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions for PVN Shoes products on TikTok. In contrast, online customer reviews do not have a significant effect on purchasing decisions. However, simultaneously, live streaming and online customer reviews have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Live Streaming, Online Customer Review, Purchasing Decision, TikTok, PVN Shoes*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Live Streaming* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk PVN Shoes di TikTok**" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Insan Cendekia Mandiri. Proses penyusunan skripsi ini tidak hanya merupakan bentuk pencapaian akademik, tetapi juga menjadi perjalanan panjang penuh pengalaman dan pembelajaran yang membentuk karakter serta wawasan penulis, baik secara ilmiah maupun pribadi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. H. Asep Najmudin, M.P. selaku Rektor Universitas Insan Cendekia Mandiri.
2. Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Risna Haryati, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen.
4. Fitri Dewi Afiany, S.I.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini. Berkat kesabaran, perhatian, dan bimbingan yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan menjadi amal ibadah serta mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.

6. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Dida Hermawan dan Ibu Sri Hermayanti yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tulus kepada penulis. Terima kasih atas setiap usaha, kerja keras, dan perjuangan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana. Dengan doa, ketulusan, serta semangat yang selalu diberikan menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini. Tak lupa kepada adik tercinta penulis Kayla Cahya Julianti yang selalu menjadi pelita semangat dalam setiap langkah, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi penulis maupun pembaca, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Bandung, September 2026

Pita Irma Nurhikmayanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	7
2.1.3 <i>Live Streaming</i>	8
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	9
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	9
2.3 Hubungan Antar Variabel	21
2.3.1 Hubungan Antara <i>Live streaming</i> dan Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Hubungan Antara <i>Online customer review</i> dan Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Hubungan Simultan antara <i>Live streaming</i> dan <i>Online customer review</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5 Hipotesis	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27

3.1	Objek Penelitian	27
3.2	Unit Analisis.....	27
3.3	Populasi dan Teknik Sampling.....	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Teknik Sampling.....	28
3.4	Jenis Data	30
3.4.1	Data Sekunder.....	30
3.4.2	Data Primer	30
3.4.3	Sumber Data	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1	Kuesioner	31
3.6	Operasional Variabel.....	31
3.7	Metode Analisis.....	32
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.7.2	Uji Instrumen	33
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.4	Analisis Regresi Liner Berganda	37
3.7.5	Uji Hipotesis	38
3.7.6	Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2	Analisis dan Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Analisis Deskriptif	42
4.2.2	Karakteristik Responden.....	42
4.2.3	Deskriptif Jawaban Responden	46
4.3	Uji Instrumen.....	53
4.3.1	Uji Validitas	53
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.4	Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1	Uji Normalitas.....	56
4.4.2	Uji Multikolinearitas	58
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	59

4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.6	Pengujian Hipotesis	61
4.6.1	Uji T (Uji Parsial)	61
4.6.2	Uji F (Uji Simultan)	63
4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.8	Pembahasan	65
4.8.1	Pengaruh <i>Live streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.2	Pengaruh <i>Online customer review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.8.3	Pengaruh <i>Live streaming</i> dan <i>Online customer review</i> secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.8.4	Konsistensi dengan Penelitian Sebelumnya.....	68
BAB V		69
KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
5.3	Implikasi Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Likert	33
Tabel 3.3 Koefisien Reliabilitas	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan TikTok	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Melihat <i>Live Streaming PVN Shoes</i>	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Membaca Online customer review <i>PVN Shoes</i>	45
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pernah Membeli Sepatu PVN.....	46
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statis Deskriptif	47
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Live streaming (X1)	47
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	49
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia (Juli 2024)	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot Uji Normalitas	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	58
Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	60

