

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP PENGGUNA TIKTOK SHOP

Auora Bianca Syamsudin

10222381

ABSTRAK

Dalam era perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, aktivitas pemasaran mengalami perubahan dari konvensional menjadi berbasis digital, khususnya melalui platform *social commerce* seperti TikTok Shop. Fitur seperti *live streaming* dan *online customer review* memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara penjual dan konsumen, sekaligus memberikan informasi yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan kepercayaan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, serta menguji peran keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden pengguna TikTok Shop yang berusia minimal 18 tahun. Teknik analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Squares (PLS)* yang meliputi uji validitas konvergen, validitas diskriminan, *Average Variance Extracted (AVE)*, uji *composite reliability* pada *outer model*, serta uji *R-Square*, uji hipotesis, *path coefficient*, dan *specific indirect effect* pada *inner model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *online customer review* dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, *live streaming* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sementara kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selanjutnya, keputusan pembelian juga mampu memediasi pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan kepercayaan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Live Streaming*, *Online Customer Review*, Kepercayaan, Minat Beli, Keputusan Pembelian

(xiv + 80 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2020 – 2026)