

**PENGARUH *HOST LIVE SHOPPING* HOUSE OF SMITH DI
TIKTOK *SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA GENERASI Z**



SKRIPSI

Adam Permana

00000064695

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PENGARUH *HOST LIVE SHOPPING HOUSE OF SMITH* DI
TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA GENERASI Z**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Adam Permana

00000064695

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adam Permana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000064695
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Skripsi dengan judul :

Pengaruh *Host Live Shopping* House Of Smith di Tiktok *Shop* Terhadap
Keputusan Pembelian pada Generasi Z

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Desember, 2025



Adam Permana

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Host Live Shopping* House Of Smith di Tiktok *Shop* Terhadap
Keputusan Pembelian pada Generasi Z

Oleh

Nama : Adam Permana
NIM : 00000064695
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0405099105

Silvanus Alvin, S. I. Kom, M. A.
NIDN 0309109001

Pembimbing

Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si.
NUPTK: 7556755656230102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si,
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adam Permana

NIM : 00000064695

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : D3/~~S1~~/S2* (coret salah satu)

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Host Live Shopping* House Of Smith di Tiktok *Shop* Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Desember, 2025



(Adam Permana)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Host Live Shopping House* of Smith di TikTok *Shop* terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun penulis sepenuh hati sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Istri saya yang sangat mendukung saya dan memberikan semangat bagi saya untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, memberikan kontribusi pada bidang keilmuan yang saya pelajari, serta bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Tangerang, 15 Desember, 2025



Adam Permana

PENGARUH *HOST LIVE SHOPPING* HOUSE OF SMITH DI TIKTOK *SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GENERASI Z

Adam Permana

ABSTRAK

Perkembangan di media sosial mendorong munculnya strategi pemasaran digital yang semakin interaktif, salah satunya melalui fitur *live shopping* di TikTok. Fitur ini memungkinkan interaksi dua arah secara *real-time* antara *brand* dan konsumen, sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian, terutama di kalangan Generasi Z sebagai pengguna terbanyak di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *host live shopping* House of Smith di TikTok *Shop* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* yang disebarakan kepada responden Generasi Z yang pernah menonton sesi *live shopping* House of Smith di TikTok. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, dan uji regresi linier sederhana dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *host live shopping* House of Smith di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z, dengan nilai signifikansi 0,014 ($< 0,05$). Meskipun hubungan yang terbentuk bersifat positif, tingkat kekuatan hubungan berada pada kategori lemah. Temuan ini menunjukkan bahwa interaktivitas, kepercayaan, dan penyajian produk dalam *host live shopping* berperan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen, walaupun pengaruhnya lemah.

Kata kunci: Generasi Z, Keputusan Pembelian, *Live Shopping*, Pengaruh *Host*, TikTok

***THE INFLUENCE OF HOUSE OF SMITH'S LIVE SHOPPING
HOST ON TIKTOK SHOP ON PURCHASE DECISIONS AMONG
GENERATION Z***

Adam Permana

ABSTRACT

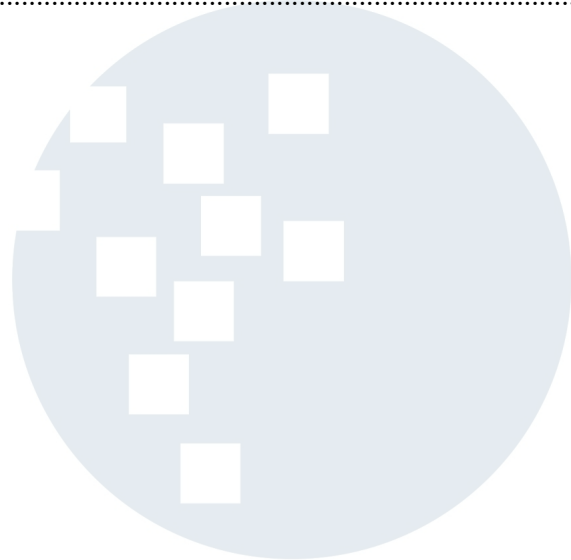
The development of social media has encouraged the emergence of increasingly interactive digital marketing strategies, one of which is the live shopping feature on TikTok. This feature enables real-time, two-way interaction between brands and consumers, thereby influencing purchase Decisions, particularly among Generation Z as the dominant user group on TikTok. This study aims to analyze the influence of House of Smith's live shopping host on TikTok Shop towards fashion product purchase Decisions among Generation Z. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through an online questionnaire distributed to Generation Z respondents who had watched House of Smith's Live shopping sessions on TikTok. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, correlation analysis, and simple linear regression with the assistance of IBM SPSS. The results indicate that House of Smith's live shopping host on TikTok Shop have a positive and significant effect on Generation Z's purchase Decisions, with a significance value of 0.014 (< 0.05). Although the relationship is positive, the strength of the relationship is categorized as weak. These findings suggest that host interactivity, trust, and product presentation in live shopping play a role in encouraging consumer purchase Decisions, although it has weak influence.

Keywords: *Generation Z, Host Influence, Live Shopping, Purchase Decision, TikTok*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Konsep	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Pengukuran Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40

4.3 Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Korelasi.....	45
Tabel 4.7 Tabel <i>R Square</i>	45
Tabel 4.8 Tabel ANOVA	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profile Audiens Iklan di Tiktok	3
Gambar 1.2 <i>Views</i> di konten terbaru TikTok House of Smith	6
Gambar 1.3 <i>Views</i> di konten terbaru TikTok Screamous	6
Gambar 1.4 Logo House of Smith	7
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Jumlah <i>Followers</i> House of Smith	27
Gambar 3.2 Rumus Slovin	28
Gambar 3.3 Pembagian Survei Melalui <i>Livestream</i> House of Smith.....	34
Gambar 3.4 Rumus Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	36
Gambar 3.5 Rumus Uji Korelasi	37
Gambar 3.6 Formula Regresi Linier.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	53
Lampiran B. Konsultasi Form	54
Lampiran C. Data Survei	55
Lampiran D. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	63



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA