



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN GENERASI Z DALAM FITUR *LIVE STREAMING* DI
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

Oleh:

Alda Putri Safira

21102031

UNIVERSITAS TRILOGI

Program Studi Akuntansi S1

JAKARTA

2025



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN GENERASI Z DALAM FITUR *LIVE STREAMING* DI
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Alda Putri Safira

21102031

UNIVERSITAS TRILOGI

Program Studi Akuntansi S1

JAKARTA

2025



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Alda Putri Safira
NIM	:	21102031
Jenjang Pendidikan	:	Strata-1
Program Studi	:	Akuntansi
Judul	:	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Dalam Fitur <i>Live Streaming</i> Di <i>E-Commerce</i>
Tanggal Sidang	:	13 Agustus 2025

Disetujui Oleh:

(Rizka Ramayanti, S.E., M.Si. Phd)

Dosen Pembimbing

Disahkan Oleh:

(Dr. Aty Herawati)

Dekan Fakultas

Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora

Diketahui Oleh:

(Sri Opti, SE.Ak., M.M., CA., CertIPSAS)

Ketua Program Studi Akuntansi

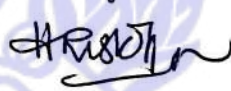


LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Pada hari, 13/08/2025, telah diselenggarakan Ujian Sidang Tugas Akhir dengan topik penelitian: "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Dalam Fitur *Live Streaming* di *E-Commerce*" untuk memenuhi sebagai prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Universitas Trilogi, bagi mahasiswa.

Nama : Alda Putri Safira
NIM : 21102031
Program Studi : Akuntansi

Telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari:

<u>Nama</u>	<u>Status</u>	<u>Tanda Tangan</u>
1. Dr. Nurul Aisyah Rachmawati, S.E., M.S.Ak	- Ketua Sidang	
2. Rizka Ramayanti, S.E., M.Si. Phd	- Dosen Pembimbing	



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini, menyatakan bahwa tugas akhir yang saya serahkan untuk maju ujian sidang adalah murni hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarsime (penjiplakan).

Apabila pada saat ujian sidang, diketahui dan terbukti bahwa tugas akhir ini merupakan hasil plagiarisme (penjiplakan) baik sebagian atau seluruh isi tugas akhir saya, maka Universitas Trilogi mempunyai hak dan wewenang untuk membatalkan isi dari tugas akhir yang telah saya (sebagai peneliti) tulis dan saya bersedia menerima sanksi *Drop Out* atau tidak dapat melanjutkan studi dari Universitas Trilogi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa adanya campur tangan ataupun tekanan dari pihak manapun juga.

Jakarta, 07 Agustus 2025
Yang Menyatakan,

(Alda Putri Safira)
NIM : 21102031

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat menimbulkan sebuah perubahan baru dalam dunia ekonomi digital. Fitur *Live Streaming* pada *E-Commerce* menjadi sebuah tanda bahwa perkembangan *e-commerce* sangatlah pesat di Indonesia. Fitur *live streaming* ini melibatkan banyak pihak, seperti *influencer* yang menjadi *streamer* yang memiliki peran untuk memberikan penjelasan dan memasarkan produk sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, serta penjual sebagai penyedia produk yang diharapkan dapat memberikan produk yang berkualitas sehingga menambahkan kepercayaan pelanggan pada produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian pada *live streaming* di *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan data populasi generasi z yang berdomisili di DKI Jakarta dan diolah menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara karakteristik *live streaming*, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian generasi z pada fitur *live streaming* di *e-commerce*.

Kata Kunci: Karakteristik *Live Streaming*, Kualitas Produk, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, *E-Commerce*

ABSTRACT

Rapid technological developments have brought about new changes in the digital economy. The live streaming feature in e-commerce is a sign that e-commerce is growing rapidly in Indonesia. This live streaming feature involves various parties, such as influencers who act as streamers, playing a role in explaining and marketing products to build customer trust and influence purchasing decisions, as well as sellers as product providers who are expected to offer high-quality products to enhance customer confidence in those products. This study aims to analyze the factors that influence purchasing decisions in live streaming on e-commerce platforms. This study uses a quantitative method employing data from the Generation Z population residing in Jakarta, processed using SmartPLS. The results indicate a positive influence between live streaming characteristics, product quality, and trust on Generation Z's purchasing decisions in live streaming features in e-commerce.

Keywords: Live Streaming Characteristics, Product Quality, Trust, Purchasing Decisions, E-Commerce

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Trilogi. Skripsi ini membahas tentang **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Dalam Ftiur *Live Streaming* di *E-Commerce*”**. Skripsi ini telah disusun dengan maksimal berkat bantuan dari berbagai pihak yang turut memperlancar proses penyusunannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan dan kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Pramono Hari Adi, MS., selaku Rektor Universitas Trilogi.
3. Dr. Dendi Anggi Gumilang, S. E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Sumberdaya dan Kerjasama.
4. Dr. Anies Lastiati., SE.Ak., MHRM., M.Ed.St., CA., selaku Wakil Rektor Bidang Pembelajaran dan Kemahasiswaan.
5. Ibu Dr. Aty Herawati, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora
6. Ibu Sri Opti, SE.Ak., MM., CA., CertIPSAS selaku Kepala Program Studi Akuntansi, yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis dari awal semester perkuliahan sampai semester akhir ini.
7. Ibu Rizka Ramayanti, S.E., M.Si. Phd selaku Dosen Pembimbing akademik dan tugas akhir yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Dr. Nurul Aisyah Rachmawati, S.E., M.S.Ak, selaku Dosen Penguji Sidang Skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk menguji siding skripsi dan memberikan saran mengenai hasil penelitian penulis.
9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Universitas Trilogi yang telah memberikan ilmu yang tidak terbatas.
10. Orang tua dan keluarga penulis, terutama Adzkiya Taleetha Nafeeza yang telah menghibur, memberikan semangat, doa, serta dukungan material dan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 dan kepada seseorang yang tidak kalah penting, Prama Hawelayuda yang telah mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan, sehingga segala kritikan dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi agar bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Depok, 07 Agustus
2025

Penulis

Alda Putri Safira



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	v
SURAT PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori <i>Customer Behavior</i>	7
2.2 Variable-variable Penelitian	7
2.2.1 Karakteristik <i>Live Streaming</i>	7
2.2.2. Kualitas Produk.....	8
2.2.3 Kepercayaan	9
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	9
2.3 Kerangka Konseptual.....	10
2.4 Pengembangan Hipotesis	10
2.4.1 Pengaruh Karakteristik <i>Live Streamer</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	10
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	11
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	11

BAB III METODE PENELITIAN.....	13
3.1 Jenis Penelitian	13
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	13
3.2.1 Populasi Penelitian	13
3.2.2 Sampel Penelitian.....	13
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	14
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	14
3.5 Teknik Analisis Data	15
3.5.1 Model Pengukuran	15
3.5.2 Model <i>Structural</i>	16
3.6 Indikator Pernyataan	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	19
4.1.1 Responden yang Berdomisili di DKI Jakarta.....	19
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
4.1.3 Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	21
4.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	21
4.2.1 Variabel Karakteristik <i>Live Streaming</i>	22
4.2.2 Variabel Kualitas Produk.....	23
4.2.3 Variabel Kepercayaan.....	24
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	25
4.3 Hasil Analisis <i>Smart-PLS</i>	26
4.3.1 Model Pengukuran	26
4.3.2 Model <i>Structural</i>	28
4.3.3 <i>Path Coefficient</i>	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Implikasi Teoritis	36
5.3 Implikasi Praktis	36
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	37
5.5 Saran	37

DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pergerakan Nilai Transaksi <i>e-commerce</i> di Indonesia	1
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	10
Gambar 4. 1 Gambar responden yang berdomisili di DKI Jakarta	20
Gambar 4. 2 Gambar responden berdasarkan jenis kelamin	20
Gambar 4. 3 Gambar responden berdasarkan jenjang pendidikan	21
Gambar 4. 4 Hasil <i>output</i> SmartPLS	26



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Bobot Skala Pengukuran Likert.....	15
Tabel 3. 2 Indikator Pernyataan	18
Tabel 4. 1 Tabel penyebaran responden berdasarkan domisili	19
Tabel 4. 2 Tabel jawaban pernyataan Variabel Karakteristik Live Streaming.....	22
Tabel 4. 3 Tabel jawaban responden pernyataan Variabel	23
Tabel 4. 4 Tabel jawaban responden Variabel Kepercayaan.....	24
Tabel 4. 5 Tabel jawaban responden Variabel Keputusan Pembelian.....	25
Tabel 4. 6 Hasil <i>outer loadings</i>	27
Tabel 4. 7 Hasil <i>cronbach's alpha</i> dan <i>AVE</i>	27
Tabel 4. 8 Hasil <i>discriminant validity</i>	28
Tabel 4. 9 Hasil VIF.....	28
Tabel 4. 10 Hasil <i>R-Square</i>	29
Tabel 4. 11 Hasil F^2 <i>Value</i>	30
Tabel 4. 12 Hasil Q^2 <i>Value</i>	30
Tabel 4. 13 Hasil <i>PLSpredict</i>	31
Tabel 4. 14 Hasil <i>path coefficient</i>	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	43
----------------------------	----

