

**PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI
PROFESIONALISME, INTERAKSI, DAN HARGA DISKON
TERHADAP NIAT BELI PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat (S1)

pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Diajukan Oleh:

Erginsa Arisandy Kuhon

210326258

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI PROFESIONALISME,
INTERAKSI, DAN HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI PADA
LIVE STREAMING TIKTOK

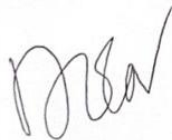
Disusun Oleh:

Erginsa Arisandy Kuhon

210326258

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

15 Mei 2025

Skripsi

**PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI PROFESIONALISME,
INTERAKSI, DAN HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI PADA
LIVE STREAMING TIKTOK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Erginsa Arisandy Kuhon

NPM: 21 0326258

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 17 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

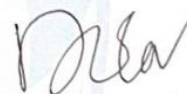
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE.,
M.Sc.IB, Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.



**Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E.,
M.B.A.**

Yogyakarta, 24 Juni 2025

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan tanggung jawab penuh menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI PROFESIONALISME, INTERAKSI, DAN HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK

Saya menyatakan bahwa seluruh isi karya tulis ini merupakan hasil pemikiran, penelitian, dan kerja saya sendiri. Setiap kutipan, ide, maupun pernyataan yang saya ambil dari sumber lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah saya cantumkan secara lengkap dan sesuai dengan standar penulisan ilmiah dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan tindakan plagiarisme dalam penyusunan skripsi ini, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar dan ijazah yang telah diberikan, serta bersedia mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 22 Mei 2025

Yang Menyatakan



Erginsa Arisandy Kuhon

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus atas kasih, karunia, serta penyertaan-Nya yang diberikan tanpa henti sehingga peneliti mampu melewati perkuliahan dari awal hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Sebagai Mediasi Profesionalisme, Interaksi, Dan Harga Diskon Terhadap Niat Beli Pada *Live streaming* TikTok". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga peneliti mampu menyelesaikan hingga akhir. Maka, peneliti dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Tuhan Yesus Kristus atas anugerah dan karunia-Nya melalui kesehatan dan berkat-Nya yang tanpa henti selama proses penyusunan skripsi sehingga peneliti mampu melewati dengan kesabaran, ketekunan, dan kekuatan sampai skripsi ini selesai.
2. Ibu Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc. Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan teliti membimbing penulis, memberikan banyak masukan serta semangat yang tak ternilai
3. Papa dan Mama yang selalu menjadi pendorong utama dalam hidup peneliti. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas kerja keras yang telah dilakukan, terima kasih karena selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang, serta dukungan melalui nasehat dan finansial. Begitu pun untuk Ka Gerald, Ka Erin, Egin selaku kakak kandung peneliti, beserta keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti ucapkan terima kasih
4. Teman-teman seperjuangan selama masa kuliah, Beka, Caren, Arthur, yang sudah menemani dalam suka dan duka, membantu peneliti ketika kesulitan, bersatu dari awal perkuliahan hingga saat ini, begitu juga dengan Rhesa dan

Via. Terima kasih sudah hadir memberikan tawa, cerita, kebersamaan dalam berjuang menyelesaikan skripsi, saling menyemangati dan memaafkan ketika salah.

5. Jey, yang selalu hadir menolong dan memberikan dukungan kepada peneliti khususnya selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung.
6. Rekan-rekan seperjuangan skripsi Bu Dita, yaitu Beka, Arthur, Michelle, Ratu, dan teman-teman lainnya yang saling memahami dan membimbing dalam proses membuat skripsi hingga bisa menyelesaikan bersama-sama.
7. Sahabat-sahabat peneliti dari kecil, yaitu Gracia, Ghea, Joy, Icha, dan Ayie yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan pendengar yang setia ketika peneliti sedang kesulitan.
8. Orang-orang yang ikut hadir menemani peneliti untuk mengerjakan skripsi ini hingga larut malam, yang secara tidak langsung memberikan dukungan kepada peneliti sampai skripsi ini selesai.
9. Terima kasih kepada Owen yang selalu siap membantu, menemani, mengerti, dan selalu mengasahi peneliti dalam proses pembuatan skripsi, menjadi orang pertama yang akan mendukung peneliti dari tahun 2023 hingga akhir perkuliahan.
10. Kepada diri saya sendiri, Erginsa Arisandy Kuhon yang tetap bertahan dan tidak menyerah dalam menghadapi segala proses yang terjadi selama pengerjaan skripsi berlangsung, mampu membuktikan untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat serta usaha yang terbaik.

Yogyakarta, 23 Mei 2025

Penulis



Erginsa Arisandy Kuhon

MOTTO

*“In Christ alone
my hope is found, He is my light,
my strength, my song”*

(Kristian Stanfill)

*“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau; janganlah bimbang
sebab aku ini Allahmu; Aku akan memberikan kekuatan kepadamu,
sungguh, Aku akan menolong engkau; sungguh, Aku akan
meneguhkan engkau dengan tangan kanan-Ku yang adil”*

(Yesaya 41:10)

*“God knows the right time, the right place,
the right person, and the right answer
to our prayers”*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Niat Beli.....	16
2.1.2 Profesionalisme	18
2.1.3 Interaksi	19
2.1.4 Diskon Harga.....	21
2.1.5 Kepercayaan	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	30

2.3.1.	Pengaruh Profesionalisme terhadap Niat Beli	30
2.3.2.	Pengaruh Profesionalisme terhadap Kepercayaan	31
2.3.3.	Pengaruh Interaksi terhadap Niat Beli	32
2.3.4.	Pengaruh Interaksi terhadap Kepercayaan	34
2.3.5.	Pengaruh Harga Diskon terhadap Niat Beli.....	35
2.3.6.	Pengaruh Harga Diskon terhadap Kepercayaan	36
2.3.7.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli.....	38
2.3.8.	Pengaruh Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Anatara Profesionalisme dan Niat Beli.....	39
2.3.9.	Pengaruh Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Anatara Interaksi dan Niat Beli	40
2.3.10.	Pengaruh Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Anatara Harga Diskon dan Niat Beli.....	42
2.4	Kerangka Penelitian.....	43
BAB III		44
METODE PENELITIAN		44
3.1.	Jenis Penelitian	44
3.2.	Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	45
3.3.	Populasi dan Sampel	45
3.4.	Metode Pengumpulan Data	47
3.5.	Definisi Operasional	49
3.6.	Pengukuran Data	52
3.7.	Metode Analisis Data.....	52
3.7.1.	Statistik Deskriptif.....	52
3.7.2.	Pengujian Instrumen.....	54
3.7.3.	<i>Outer model</i>	54
3.7.4.	<i>Inner model</i>	57
3.7.5.	Uji Hipotesis	58
3.7.6.	Uji Mediasi	58
3.8.	Hasil Uji Kuesioner	61
3.8.1.	Face Validity	61
3.9.	<i>Structural Equation Model</i>	64
3.10.	Alat Analisis.....	64

3.10.1. Smart Partial Least Square (Smart PLS).....	64
BAB IV	65
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Prosedur Pengumpulan Data	65
4.2. Pilot Test.....	65
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	65
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.3. Hasil Statistik Deskriptif Responden.....	69
4.3.1. Analisis Responden Berdasarkan Filtering	69
4.3.2. Profil Responden Berdasarkan Demografis	71
4.4. Analisis Deskriptif.....	74
4.4.1. Analisis Deskriptif Variabel Profesionalisme	75
4.4.2. Analisis Deskriptif Variabel Interaksi.....	76
4.4.3. Analisis Deskriptif Variabel Harga Diskon	77
4.4.4. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	78
4.4.5. Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli	80
4.5. Hasil Analisis <i>Partial Least Squared</i> (PLS)	81
4.5.1. <i>Outer model (Measurement Model)</i>	82
4.5.2. Inner Model	88
4.6. Pengujian Hipotesis.....	91
4.7. Pengujian Mediasi.....	96
4.8. Pembahasan Hipotesis	100
4.8.1. Pengaruh Profesionalisme Terhadap Niat Beli	100
4.8.2. Pengaruh Profesionalisme Terhadap Kepercayaan	101
4.8.3. Pengaruh Interaksi Terhadap Niat Beli	103
4.8.4. Pengaruh Interaksi Terhadap Kepercayaan	103
4.8.5. Pengaruh Harga Diskon Terhadap Niat Beli.....	105
4.8.6. Pengaruh Harga Diskon Terhadap Kepercayaan	106
4.8.7. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli.....	106
4.8.8. Pengaruh Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Profesionalisme dan Niat Beli.....	108
4.8.9. Pengaruh Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Interaksi dan Niat Beli	109

4.8.10. Pengaruh Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Harga Diskon dan Niat Beli.....	110
BAB V.....	112
PENUTUP.....	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.1.1. Kesimpulan Profi Responden.....	112
5.1.2. Kesimpulan Deskriptif Variabel.....	112
5.1.3. Kesimpulan Uji Hipotesis	112
5.2. Implikasi Manajerial.....	116
5.3. Keterbatasan Masalah.....	117
5.4. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	49
Tabel 3. 2 Perhitungan Interval Kelas	53
Tabel 3. 3 Kuesioner Face Validity	62
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Konvergen n=30	66
Tabel 4. 2 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4. 3 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 5 Responden merupakan pengguna fitur layanan TikTok Live Shop	69
Tabel 4. 6 Responden pernah menonton <i>Live streaming</i> di aplikasi TikTok	70
Tabel 4. 7 Responden memiliki keinginan untuk melakukan pembelian di <i>Live streaming</i> TikTok	71
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	73
Tabel 4. 11 Profil Responden Berdasarkan Rentang Penggunaan Dalam Sehari .	73
Tabel 4. 12 Profil Responden Frekuensi Belanja per Bulan	74
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Profesionalisme	75
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Interaksi	76
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga Diskon.....	77
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	78
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	80
Tabel 4. 18 Nilai Outer Loadings (Pengujian Pertama)	83
Tabel 4. 19 Nilai Outer Loadings (Pengujian Kedua).....	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji AVE.....	85
Tabel 4. 21 Nilai Cross Loading	86
Tabel 4. 22 Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji R-square dan Q-square	88
Tabel 4. 24 Hasil Uji F-square	89

Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis Langsung (Path Coefficient).....	92
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Mediasi	96

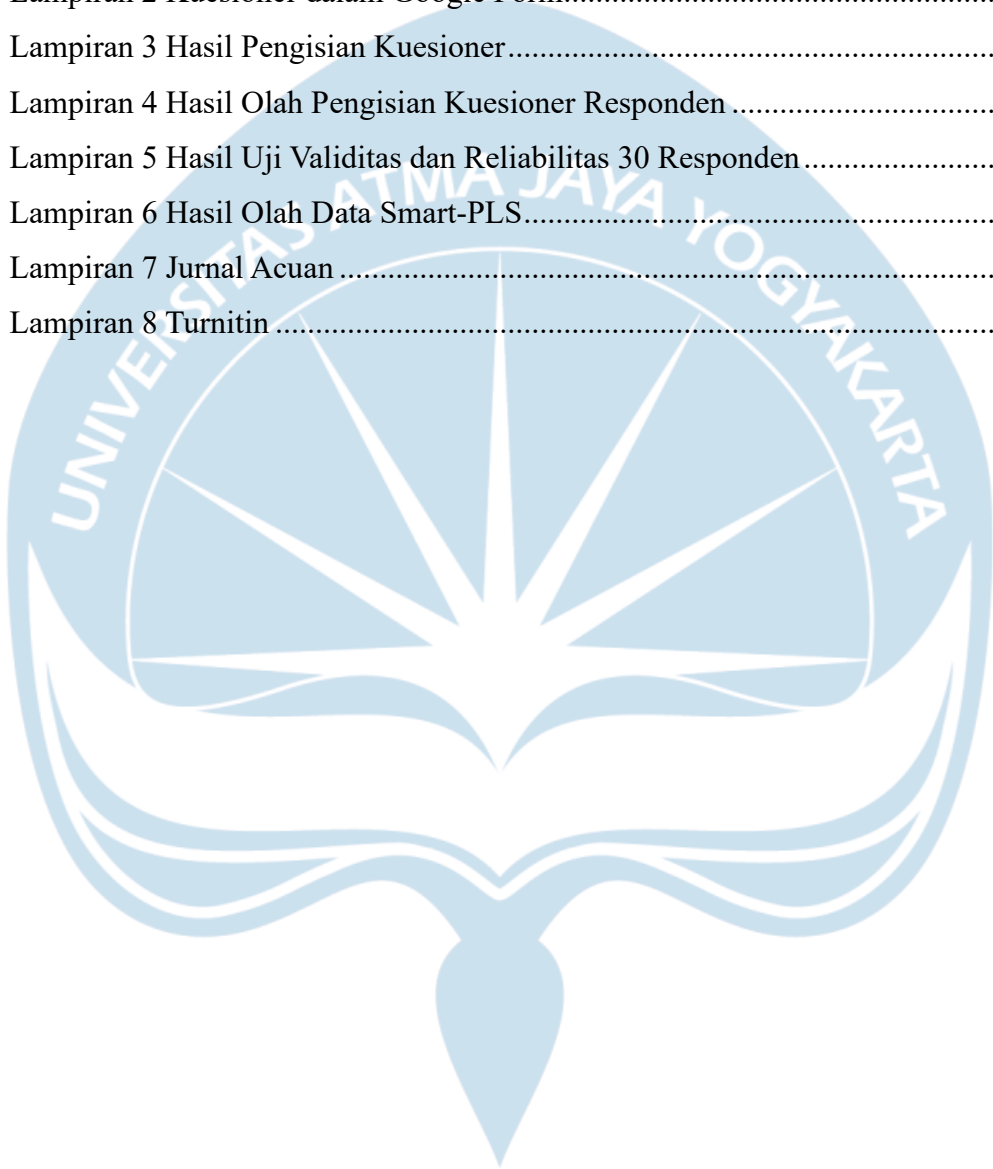


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kota dengan pengguna TikTok terbesar tahun 2024	4
Gambar 1. 2 Pilot Test Aplikasi <i>Live streaming</i> yang sering digunakan	6
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	43
Gambar 3. 1 Jalur Pengaruh Mediasi	59
Gambar 3. 2 Jenis Klasifikasi Mediasi	60
Gambar 4. 1 Model Struktural	81
Gambar 4. 2 Outer model	82
Gambar 4. 3 Model Struktural Uji Hipotesis	91
Gambar 4. 4 Kepercayaan sebagai mediasi antara Profesionalisme dan Niat Beli	97
Gambar 4. 5 Kepercayaan sebagai mediasi antara Interaksi dan Niat Beli	98
Gambar 4. 6 Kepercayaan sebagai mediasi antara Harga Diskon dan Niat Beli ..	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	125
Lampiran 2 Kuesioner dalam Google Form.....	132
Lampiran 3 Hasil Pengisian Kuesioner.....	142
Lampiran 4 Hasil Olah Pengisian Kuesioner Responden	151
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	161
Lampiran 6 Hasil Olah Data Smart-PLS.....	164
Lampiran 7 Jurnal Acuan	168
Lampiran 8 Turnitin	187



PENGARUH KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI PROFESIONALISME, INTERAKSI, DAN HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK

Erginsa Arisandy Kuhon

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profesionalisme, interaksi, dan harga diskon terhadap niat beli konsumen pada platform TikTok Live-streaming, dengan peran kepercayaan sebagai mediasi. Objek dalam penelitian ini adalah TikTok *live streaming*. Setelah proses pengumpulan data dilakukan, total sebanyak 219 responden berhasil diperoleh, namun hanya 211 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan pengumpulan data kuesioner melalui *Google Form* dan menggunakan skala Likert 5 poin. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 3 untuk uji coba awal terhadap 30 responden dan pengolahan data seluruh responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS).

Kata Kunci: Tiktok, *Live streaming*, Profesionalisme, Interaksi, Harga Diskon, Kepercayaan, Niat Beli