

Analisis Pengaruh Daya Tarik *Live Streamer*, Kualitas Informasi, dan Interaksi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif melalui TikTok *Live Streaming*

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Giovanna Michelle Wijaya

NPM: 220326781

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**Analisis Pengaruh Daya Tarik *Live Streamer*,
Kualitas Informasi, dan Interaksi terhadap Perilaku
Pembelian Impulsif melalui TikTok *Live Streaming***

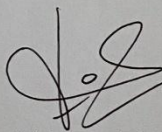
Disusun oleh:

Giovanna Michelle Wijaya

220326781

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Api Adyantari, S.A., M.B.A.

05 Juni 2026

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

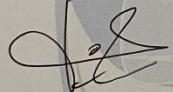
**Analisis Pengaruh Daya Tarik *Live Streamer*,
Kualitas Informasi, dan Interaksi terhadap Perilaku
Pembelian Impulsif melalui TikTok *Live Streaming***

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Giovanna Michelle Wijaya
220326781**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 29 Juni 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program
Studi Manajemen

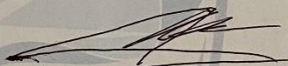
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

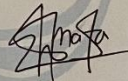


Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Anggota Panitia Penguji



Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.



Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., MM.

**Yogyakarta, 24 Juli 2026
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi berjudul:

ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK *LIVE STREAMER*, KUALITAS INFORMASI, DAN INTERAKSI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI TIKTOK *LIVE STREAMING*

Merupakan hasil karya saya sendiri. Segala pernyataan ide, maupun kutipan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang berasal dari tulisan ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis pada bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya bersedia mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Giovanna Michelle Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Daya Tarik *Live Streamer*, Kualitas Informasi, dan Interaksi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif melalui TikTok *Live Streaming*”** disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa karena telah menjadi sumber pertolongan atas segala kesusahan dan kebingungan dalam setiap kondisi, serta memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis untuk tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan tempat kepada penulis untuk berproses serta dapat berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Ibu Api Adyantari, S.A., M.B.A., yang berbesar hati mendampingi, meluangkan waktu, dan memberikan masukan-masukan yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
4. Papah penulis yang selalu menyertai dengan doa yang terbaik dan memberikan dukungan tanpa henti, baik dengan doa, kasih sayang, maupun dukungan moral dan material selama peneliti menempuh pendidikan hingga tahap ini.
5. Segenap keluarga besar dan saudara-saudara yang telah memberikan perhatian dan dukungan tanpa henti kepada penulis.

6. Teman-teman dan sahabat dekat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu membantu, menemani, dan memberikan dukungan yang tulus kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga tahap ini.
7. Diri sendiri karena sudah sampai sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah dan terus bertahan untuk menyelesaikan skripsi ditengah berbagai hambatan.

Pada skripsi ini yang luput dengan segala kesalahan tersimpan harapan bagi penulis agar dapat bermanfaat kepada seluruh yang terlibat. Penulis memohon maaf dengan tulus jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 5 Juni 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by several vertical and diagonal strokes.

Giovanna Michelle Wijaya

MOTTO

“God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s a worth to wait”

“Serahkanlah segala kekhawatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu”

- 1 Petrus 5:7 -

“A real loser is somebody that is so afraid of not winning they don’t even try”

- Little Miss Sunshine -

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Literatur	6
2.1.1 Live Streaming.....	6
2.1.2 Daya Tarik Live streamer	6
2.1.3 Kualitas Informasi.....	7
2.1.4 Interaksi	8
2.1.5 FOMO	9
2.1.6 Pembelian Impulsif	10
2.1.7 Teori SOR dalam Konteks <i>Live Streaming</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 Daya Tarik <i>Live streamer</i> Berpengaruh Terhadap FOMO	17
2.3.2 Kualitas Informasi Berpengaruh Terhadap FOMO	18
2.3.3 Interaksi Berpengaruh Terhadap FOMO	18
2.3.4 FOMO Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif.....	19

2.4 Kerangka Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi Penelitian.....	23
3.3.2 Sampel Penelitian	23
3.3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Definisi Operasional Variabel	25
3.6 Metode Pengukuran Data	33
3.7 Face Validity	33
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden	34
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	34
3.8.3 Analisis Outer Model.....	35
3.8.4 Analisis Inner Model	36
3.8.5 Uji Hipotesis	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden	40
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan	42
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intenstitas Pembelian pada <i>Live Streaming</i> TikTok dalam Satu Bulan.....	43
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	44
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik <i>Live Streamer</i>	44
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	45
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Interaksi	46
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel FOMO.....	47
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif.....	48

4.3 Analisis SmartPLS	49
4.4 Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	50
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan	51
4.4.3 Uji Reliabilitas	53
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	53
4.5.1 Pengujian <i>R-Square</i>	53
4.5.2 Pengujian <i>Q-Square</i>	55
4.5.3 Pengujian <i>F-Square</i>	55
4.6 Pengujian Hipotesis	56
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.7.1 Pengaruh Daya Tarik <i>Live Streamer</i> Terhadap FOMO	58
4.7.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap FOMO	59
4.7.3 Pengaruh Interaksi Terhadap FOMO	59
4.7.4 Pengaruh FOMO Terhadap Pembelian Impulsif	60
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63
5.4 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	28
Tabel 4.1.1 Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.1.2 Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.1.3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.1.4 Data Jumlah Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan	42
Tabel 4.1.5 Data Jumlah Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian pada Live Streaming TikTok dalam Satu Bulan.....	43
Tabel 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik Live Streamer ...	44
Tabel 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	45
Tabel 4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Interaksi.....	46
Tabel 4.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel FOMO	47
Tabel 4.2.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif.....	48
Tabel 4.4.1.1 Nilai Outer Loadings (Loading Factor).....	50
Tabel 4.4.1.2 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	51
Tabel 4.4.2.1 Hasil Discriminant Validity (Fornell-Larcker)	52
Tabel 4.4.2.2 Hasil Discriminant Validity (HTMT)	52
Tabel 4.4.3.1 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	53
Tabel 4.5.1 Nilai R-Square dan R-Square Adjusted	54
Tabel 4.5.2 Nilai Q-Square	55
Tabel 4.5.2 Nilai f-Square	55
Tabel 4.6.1 Path Coefficient	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4. 1 Model Struktural PLS Algorithm	49
Gambar 4. 2 Model Struktural Bootstrapping.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Google Formulir	71
Lampiran 2 Data Responden dan Jawabannya	84
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 4.....	98
Lampiran 4 Jurnal Acuan	104
Lampiran 5 Turnitin.....	108

Analisis Pengaruh Daya Tarik *Live Streamer*, Kualitas Informasi, dan Interaksi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif melalui TikTok *Live Streaming*

Giovanna Michelle Wijaya
220326781

Pembimbing,
Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Departemen Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya aktivitas transaksi digital di Indonesia seperti belanja *online*, yang ditandai dengan munculnya TikTok *shop* pada fitur *live streaming* di platform TikTok sejak tahun 2021. Seiring dengan berjalannya tren ini, banyak pelaku bisnis yang beralih menggunakan strategi penjualan dalam *live streaming*. Hal tersebut menciptakan persaingan yang semakin ketat di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor daya tarik *live streamer*, kualitas informasi, dan interaksi dalam *live streaming* mempengaruhi FOMO, serta dampaknya terhadap pembelian impulsif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner *online*, menggunakan teknik *purposive sampling* melalui Google Form dengan skala Likert 5 poin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 180 orang pengguna aktif TikTok yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *SmartPLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik *live streamer*, kualitas informasi, dan interaksi berpengaruh terhadap FOMO, serta FOMO berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: Daya Tarik *Live Streamer*, Kualitas Informasi, Interaksi, FOMO, Pembelian Impulsif