

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh:

UJANG ASEP

202304010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI APLIKASI
TIKTOK**

Diajukan oleh:

UJANG ASEP
20230401 D

Telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing Skripsi untuk ujian skripsi

Hari / Tanggal : 8 / Juli 2024

Menyetujui:

Pembimbing Skripsi

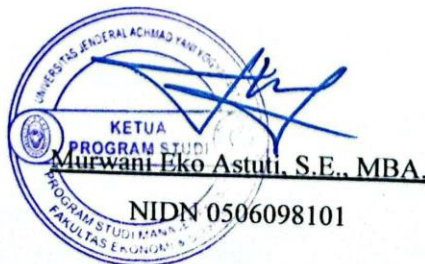


Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M.

NPP 1996130001

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI APLIKASI
TIKTOK**

Diajukan oleh:

UJANG ASEP
202304010

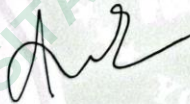
Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal: 23 Agustus 2024

Mengesahkan

Penguji 1,

Penguji 2,



Ari Okta Viyani, S.E., M.Sc.,

NIDN. 0501109701



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA,

NIDN. 0506098101

Pembimbing,



Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M.

NIDN. 0502026802



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA,

NIDN. 0506098101

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Ujang Asep

NPM : 202304010

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Country of Origin* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi TikTok

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil *plagiarisme*. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 7 Juli 2024



Ujang Asep

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur ke hadirat Allah Swt. karena berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Country of Origin* dan *Live Streaming* Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aplikasi Tiktok"** sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat kelulusan dan dalam menyandang gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dengan tepat waktu.

Penulis dengan sadar bahwa skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan tanpa adanya arahan, bantuan dan dukungan doa dari berbagai pihak selama proses mengerjakan skripsi ini, maka dalam kesempatan yang sangat bahagia ini penulis dengan hormat menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada;

1. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, dosen pembimbing akademik, dan dosen pembimbing skripsi yang membimbing dan memberikan arahan selama masa kuliah hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan rencana dan tepat waktu.
2. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk diterima di prodi manajemen serta lulus menerima beasiswa KIP-Kuliah. Berkat bimbingannya penulis mampu berkuliah hingga lulus.
3. Orang tua penulis, Ibu Wati berkat do'a beliau saya mampu menyelesaikan kuliah ini dengan penuh rasa tanggung jawab.
4. Saudara penulis, Sarif Durahman yang telah memberikan banyak bantuan baik dari segi pendanaan serta nasehat-nasehatnya.

5. Seluruh keluarga besar Bapak Sakwid (Alm) dan Ibu Warni (Alm) yang telah selalu memberikan semangat serta do'a untuk penulis.

Penulis berdoa semoga segala bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt., aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 7 Juli 2024

Ujang Asep

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Perilaku Konsumen	12
2. <i>Country of Origin</i>	13
3. <i>Live Streaming</i>	15
4. Keputusan Pembelian.....	19
5. Aplikasi TikTok	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Berpikir	36
D. Pengembangan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
1. Tempat Penelitian	40
2. Waktu Penelitian	41
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
D. Populasi dan Sampel	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel.....	49

E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Deskripsi Data	56
B. Analisis Data	57
C. Pengujian Hipotesis	71
D. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Pembobotan Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Di <i>Live Streaming</i>	59
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik	60
Tabel 4.6 Nilai <i>Loading Factor</i>	65
Tabel 4.7 Nilai <i>Construct Validity</i> (AVE)	66
Tabel 4.8 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	67
Tabel 4.9 Nilai <i>Construct Reliability</i>	69
Tabel 4.10 Nilai <i>Adjusted R-Square</i>	69
Tabel 4.11 Nilai <i>Colinearity Statistics</i> (VIF).....	70
Tabel 4.12 Nilai Model Fit.....	71
Tabel 4.13 Nilai <i>Path Coefficient</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2013-2023.....	2
Gambar 1.2 Presentase Media Sosial yang diakses Gen Z	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Menjadi Responden.....	84
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 3 Data Penelitian.....	93
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	112
Lampiran 5 Hasil Uji Model	116
Lampiran 6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	118
Lampiran 7 Lembar Bimbingan	120
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiarisme	122

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA