



**ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TIKTOK
SHOP DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
(TAM)**

(Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal)

SKRIPSI

disusun oleh

AFFA MUNTAZAH

22166009

**PROGRAM STUDI SARJANA SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HARKAT NEGERI
2026**



**ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TIKTOK
SHOP DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
(TAM)**

(Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal)

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF LIVE STREAMING ON
FASHION PRODUCT PURCHASE DECISIONS ON TIKTOK
SHOP USING THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
(TAM)***

(Case Study: Tegal City College Students)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Sistem Informasi

HALAMAN JUDUL

disusun oleh:

AFFA MUNTAZAH

22166009

**PROGRAM STUDI SARJANA SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HARKAT NEGERI**

2026

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Affa Muntazah
NIM : 22166009
Jurusan / Program Studi : Sistem Informasi / S1
Jenis Karya : Skripsi

Saya mahasiswa Program Studi S1 Sistem Informasi, dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh *Live streaming* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di TikTok Shop dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal)."** Merupakan hasil pemikiran dan kerjasama sendiri secara orisinal dan saya susun secara mandiri dan tidak melanggar kode etika hak karya cipta. Pada pelaporan Skripsi ini juga bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik tertentu di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata Laporan Skripsi ini terbukti melanggar kode etik karya cipta atau merupakan karya yang dikategorikan mengandung unsur plagiarisme, maka saya bersedia untuk melakukan penelitian baru dan menyusun laporannya sebagai Laporan Skripsi, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 17 Juli 2026



(Affa Muntazah)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Harkat Negeri Tegal, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Affa Muntazah
NIM : 22166009
Jurusan / Program Studi : Sistem Informasi / S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Harkat Negeri Tegal **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul Analisis Pengaruh *Live streaming* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di TikTok Shop dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal). Dengan Hak Bebas Royalti *Noneksklusif* ini Universitas Harkat Negeri Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tegal

Pada Tanggal : 17 Juli 2026

Yang menyatakan

(Affa Muntazah)

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TIKTOK SHOP DENGAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

(Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal)

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF LIVE STREAMING ON FASHION
PRODUCT PURCHASE DECISIONS ON TIKTOK SHOP USING THE
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

(Case Study: Tegal City College Students)

yang disusun dan diajukan oleh

Affa Muntazah

22166009

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing SKRIPSI
pada tanggal 10 Juli 2026

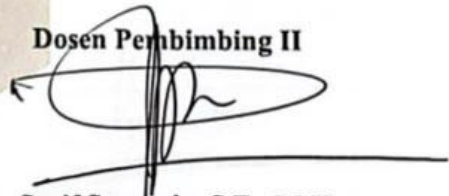
Dosen Pembimbing I



R. Bangkit Indarmawan N., M.Kom

NIPY. 08.025.558

Dosen Pembimbing II



Sarif Surorejo, S.E., M.Kom

NIPY. 08.025.559

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TIKTOK SHOP DENGAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

(Studi Kasus: Mahasiswa Kota Tegal)

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF LIVE STREAMING ON FASHION
PRODUCT PURCHASE DECISIONS ON TIKTOK SHOP USING THE
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

(Case Study: Tegal City College Students)

yang disusun dan diajukan oleh

Affa Muntazah

22166009

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Juli 2026**

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

**Mohammad Humam, S.Kom., M.Kom
NIPY. 12.002.007**

**Nugroho Adhi Santoso, S.Kom., M.Kom
NIPY. 08.025.560**

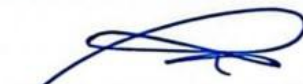
**Sarif Sureorejo, S.E., M.Kom
NIPY. 08.025.559**

Tanda Tangan



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 29 Juli 2026**

Kepala Program Studi S1 Sistem Informasi


**R. Bangkit Indarmawan N. M. Kom
NIPY. 08.025.558**

HALAMAN MOTO

"Bukan tentang sempurna, tapi tentang bertanggung jawab."

Motto ini menjelaskan bahwa dalam proses menyusun skripsi, mahasiswa seringkali terjebak pada keinginan untuk mencapai hasil yang sempurna. Akibatnya, muncul rasa takut, perfeksionisme berlebihan, dan penundaan. Padahal, esensi dari skripsi adalah menyelesaikan tanggung jawab akademik dengan sungguh-sungguh, jujur, dan disiplin.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim Dengan penuh rasa syukur, kupersembahkan karya sederhana ini kepada mereka yang telah menjadi bagian dalam perjalanan hidupku: Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga. Engkaulah pemberi kekuatan dan penerang dalam setiap langkahku menyelesaikan karya ini. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Maftukha dan Ayah Fatkhurozi yang selalu melangitkan do'a-do'a baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita.

Saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk ayah dan ibu. Keluarga besar dan sahabat-sahabatku, yang tak pernah lelah memberi dukungan dan doa. Terima kasih atas segala perhatian, semangat, dan pengorbanan yang telah diberikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang hingga titik ini. Kau telah membuktikan bahwa kesulitan bukan penghalang, melainkan batu pijakan menuju kesuksesan.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* di TikTok Shop terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada mahasiswa Kota Tegal dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang difokuskan pada dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif di Kota Tegal, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dan teknik *purposive sampling*. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner daring dengan skala Likert 1-5 yang terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS. Analisis data dilakukan dengan statistik inferensial melalui uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung = 4,568, sig. = 0,000); (2) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung = 3,560, sig. = 0,001); (3) *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (F hitung = 58,054, sig. = 0,000) dengan kontribusi sebesar 53,5% (Adjusted R^2 = 0,535). Dimensi *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *Perceived Ease of Use*. Kesimpulan penelitian ini adalah *live streaming* di TikTok Shop memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada mahasiswa Kota Tegal, dengan *Perceived Usefulness* sebagai dimensi yang paling dominan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (*trust*), promosi penjualan, atau ulasan pelanggan (*online customer review*), serta memperluas cakupan responden dan lokasi penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *live streaming*, TikTok Shop, *Technology Acceptance Model*, keputusan pembelian, produk *fashion*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of live streaming on TikTok Shop on fashion product purchase decisions among students in Tegal City using the Technology Acceptance Model (TAM) approach, focusing on two main constructs: Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. This research employs a quantitative associative, research with survey method. The research population consists of all active students in Tegal City, with a sample of 100 respondents determined using the Cochran formula and purposive sampling technique. The data collection instrument was an online questionnaire using a 5-point Likert scale, which was previously tested for validity and reliability using SPSS. Data analysis was conducted using inferential statistics through multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results showed that: (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Purchase Decisions ($t = 4.568$, $\text{sig.} = 0.000$); (2) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Purchase Decisions ($t = 3.560$, $\text{sig.} = 0.001$); (3) Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use simultaneously have a significant effect on Purchase Decisions ($F = 58.054$, $\text{sig.} = 0.000$) with a contribution of 53.5% (Adjusted $R^2 = 0.535$). The Perceived Usefulness dimension has a more dominant influence compared to Perceived Ease of Use. The conclusion of this study is that live streaming on TikTok Shop has a positive influence on fashion product purchase decisions among students in Tegal City, with Perceived Usefulness as the most dominant dimension. Future research is recommended to add other variables such as trust, sales promotions, or online customer reviews, as well as to expand the scope of respondents and research locations to gain a more comprehensive understanding.

Keywords: *live streaming, TikTok Shop, Technology Acceptance Model, purchase decision, fashion products*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya hingga terselesaikannya laporan Skripsi dengan judul **"Analisis Pengaruh *Live streaming* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di TikTok Shop dengan *Technology Acceptance Model* (TAM)"** Skripsi merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi pada program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Harkat Negeri Tegal. Selama melaksanakan penelitian dan kemudian tersusun dalam laporan Skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan bimbingan.

Pada kesempatan ini, tidak lupa diucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Sudirman Said, Ak., M.B.A. selaku Rektor Universitas Harkat Negeri Tegal.
2. Bapak Dr. Irendra Radjawali, Ph.D selaku Dekan Fakultas Sains Dan Teknologi.
3. Bapak R. Bangkit Indarmawan N. M.Kom selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Harkat Negeri Tegal.
4. Bapak R. Bangkit Indarmawan N., M.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
5. Bapak Sarif Surejo, S.E., M.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
6. Seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Harkat Negeri Tegal yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua, keluarga tercinta dan teman-teman yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral, serta sebagai tempat berkeluh kesah.
8. Semua pihak terkait yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga skripsi ini selesai.

Semoga laporan Skripsi ini dapat memberikan sumbangan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Tegal, 10 Juli 2026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Hipotesis Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	10
2.1.2 <i>E-commerce</i>	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 TikTok Shop	14

2.1.5 <i>Live streaming</i>	14
2.1.6 Produk <i>Fashion</i>	15
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis, Sifat, dan Pendekatan Penelitian.....	22
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3 Metode Analisis Data.....	28
3.4 Alur Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Karakteristik Responden	37
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	38
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	39
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.1.6 Uji Hipotesis	45
4.1.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.2 Pembahasan.....	47
4.2.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X1) dan <i>Perceived Ease of Use</i> (X2) Secara Simultan.....	47
4.2.3 Pengaruh Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	48
4.2.4 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	49
4.2.5 Keterbatasan Penelitian.....	49
4.2.6 Implikasi Penelitian	49
BAB V PENUTUP.....	50

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks literatur review dan posisi penelitian.....	17
Tabel 3.1 Skala Pengukuran (skala Likert)	24
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Kuesioner	25
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	37
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen	38
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	39
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban dan Rata-rata Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	40
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban dan Rata-rata Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	41
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban dan Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4. 10 Hasil Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (ANOVA).....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan TikTok Shop di Indonesia	2
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A- 1 Jadwal Penelitian.....	56
Lampiran A- 2 Kuesioner Penelitian Google Form	57
Lampiran A- 3 Data Skor Kuesioner	61
Lampiran A- 4 Uji Validitas Setiap	62
Lampiran A- 5 Reliabilitas Setiap Variabel	65
Lampiran B- 1 Histori Bimbingan Skripsi	68
Lampiran C- 1 <i>Letter Of Acception</i> (LOA).....	70
Lampiran C- 2 Formulir Publikasi Jurnal Skripsi	71
Lampiran D- 1 Curriculum Vitae	72
Lampiran D- 2 Formulir Perubahan Judul	73
Lampiran D- 3 Bukti Cek Plagiarisme	74

DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

TAM	<i>Technology Acceptance Model</i>
PU	<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan)
PEOU	<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan)
UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
GMV	<i>Gross Merchandise Value</i> (Nilai Perdagangan Kotor)
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
PLS	<i>Partial Least Square</i>
α	<i>Alpha</i> (tingkat signifikansi)
r	Koefisien korelasi
n	Koefisien korelasi
%	Persentase
Z	Tingkat kepercayaan
p	Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu
q	proporsi populasi yang tidak memiliki karakteristik
e	Tingkat kesalahan yang ditoleransi
a	Konstanta
b_1, b_2	Koefisien regresi
X_1	<i>Perceived Usefulness</i>
X_2	<i>Perceived Ease of Use</i>
Y	Keputusan Pembelian

DAFTAR ISTILAH

Live streaming: Siaran video langsung yang ditayangkan secara *real-time* melalui platform digital dan memungkinkan interaksi dua arah antara penjual dan pembeli.

E-commerce : Aktivitas perdagangan secara elektronik yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media utama dalam proses transaksi barang atau jasa.

Shoppertainment : Perpaduan antara aktivitas belanja (*shopping*) dan hiburan (*entertainment*) yang berlangsung bersamaan dalam satu sesi siaran langsung.

Perceived Usefulness: Persepsi individu mengenai sejauh mana suatu teknologi dipandang bermanfaat serta mampu meningkatkan kinerja atau efektivitas.

Perceived Ease of Use: Persepsi individu mengenai sejauh mana suatu teknologi dirasakan mudah digunakan dan tidak menuntut usaha yang berlebihan.

Purposive Sampling : Teknik penentuan sampel dengan menetapkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Skala Likert : Skala pengukuran untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu fenomena melalui tingkatan jawaban bertahap.

Responden : Individu yang menjadi subjek penelitian dan memberikan jawaban atas instrumen penelitian.

Populasi : Keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian.

Sampel : Bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian.

Validitas : Tingkat ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang seharusnya diukur.

Reliabilitas : Tingkat konsistensi atau keandalan instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya.