

ABSTRACT

Current technology allows online sellers to display products in real-time via live streaming video, with TikTok being the main platform. Consumptive behavior is influenced by factors such as the influence of friends, social media, and the desire to follow trends. College students on a limited budget may tend to purchase items without cost-benefit consideration.

This research explores the influence of Live Streaming Selling on TikTok on the consumer behavior of students in Bandung City. Researchers choose quantitative methods with a verification approach to test the truth or validity of predictions or assumptions that have been made previously.

The results of simultaneous path analysis show that Live Streaming Selling has a significant influence on the consumptive behavior of Unpas Faculty of Social and Political Sciences Communication Science students. The dimensions of TikTok's live streaming selling have a simultaneous influence on the consumer behavior of Unpas Faculty of Social and Political Sciences Communication Science students by 0,369. Partially, perceived product quality has an influence of 0,194, host credibility is 0,174, and discounts are 0,212%. These results indicate that these factors contribute to consumerist purchasing patterns among students.

Keywords: *Live Streaming Selling, TikTok, Consumer Behavior*

ABSTRAK

Teknologi saat ini memungkinkan penjual online menampilkan produk secara real-time melalui *live streaming* video, dengan TikTok menjadi platform utama. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor seperti pengaruh teman, media sosial, dan keinginan untuk mengikuti tren. Mahasiswa dengan anggaran terbatas mungkin cenderung membeli barang tanpa pertimbangan biaya-manfaat.

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh *Live Streaming Selling* di TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Bandung. Peneliti memilih metode kuantitatif dengan pendekatan verifikatif untuk menguji kebenaran atau validitas prediksi atau asumsi yang telah dibuat sebelumnya.

Hasil analisis jalur simultan menunjukkan bahwa *Live Streaming Selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas. Dimensi-dimensi *live streaming selling* TikTok memiliki pengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas sebesar 0,369. Secara parsial, persepsi kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 0,194, kredibilitas host sebesar 0,174, dan diskon sebesar 0,212. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berkontribusi pada pola pembelian yang cenderung konsumtif di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci : *Live Streaming Selling*, TikTok, Perilaku Konsumtif

RINGKESAN

Teknologi ayeuna ngamungkinkeun para penjual online pikeun nampilkeun produk sacara real-time lewat pidéo streaming langsung, sareng TikTok janten platform utama. Perilaku konsumtif dipangaruhan ku faktor-faktor sapertos pangaruh babaturan, média sosial, sareng kahayang pikeun nuturkeun tren. Siswa kuliah dina anggaran kawates tiasa condong mésér barang tanpa pertimbangan biaya-manfaat.

Ieu panalungtikan ngaguar pangaruh Live Streaming Selling dina TikTok kana paripolah konsumen siswa di Kota Bandung. Panalungtik milih métode kuantitatif kalayan pendekatan verifikasi pikeun nguji bebeneran atawa validitas prediksi atawa asumsi anu geus dijieun saméméhna.

Hasil analisis jalur simultan nuduhkeun yén Live Streaming Selling miboga pangaruh anu signifikan kana paripolah konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial jeung Politik Unpas. Diménsi penjualan live streaming TikTok sacara simultan mangaruhan kana paripolah konsumen mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial jeung Ilmu Politik Unpas sebesar 0,369. Sawaréh, kualitas produk anu ditanggap ngagaduhan pangaruh 19,4%, kredibilitas host 0,174, sareng diskon 0,212. Hasil ieu nunjukkeun yén faktor-faktor ieu nyumbang kana pola pameseran konsumen di kalangan mahasiswa.

Sanggem Kunci: *Jualan Live Streaming, TikTok, Perilaku Konsumen*