

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Live Streaming Shopping TikTok terhadap keputusan pembelian produk SKIN1004 pada Generasi Z pengikut akun TikTok @Skin1004_Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Populasi penelitian adalah pengikut akun TikTok @Skin1004_Indonesia, dengan sampel sebanyak 286 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Live Streaming Shopping TikTok berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk SKIN1004 pada Generasi Z. Indikator Attention, Interest, Search, Action, dan Share terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perhatian, ketertarikan, pencarian informasi, tindakan, dan aktivitas berbagi yang dilakukan audiens selama live streaming berlangsung, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk SKIN1004.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi pemasaran, khususnya terkait efektivitas fitur live streaming shopping pada media sosial TikTok dalam memengaruhi perilaku konsumen Generasi Z.

Kata Kunci: Live Streaming Shopping, TikTok, Keputusan Pembelian, Generasi Z, SKIN1004.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of TikTok Live Streaming Shopping on purchasing decisions of SKIN1004 products among Generation Z followers of the TikTok account @Skin1004_Indonesia. This research employed a quantitative method with an explanatory research approach. The population consisted of followers of the @Skin1004_Indonesia TikTok account, with a sample of 286 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through online questionnaires and analyzed using simple linear regression analysis.

The results indicate that TikTok Live Streaming Shopping has a significant effect on purchasing decisions for SKIN1004 products among Generation Z. The dimensions of Attention, Interest, Search, Action, and Share were found to significantly influence purchasing decisions. These findings suggest that the higher the audience's attention, interest, information search, action, and sharing activities during live streaming sessions, the higher their purchasing decisions toward SKIN1004 products.

This study contributes to the development of marketing communication research, particularly regarding the effectiveness of TikTok live streaming shopping features in influencing Generation Z consumer behavior.

Keywords: Live Streaming Shopping, TikTok, Purchase Decision, Generation Z, SKIN1004.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh *Live Streaming Shopping TikTok* kana kaputusan meuli produk SKIN1004 dina kalangan Generasi Z anu nuturkeun akun *TikTok @Skin1004_Indonesia*. Méthode anu digunakeun nyaéta métode kuantitatif kalayan pendekatan explanatory research. Sampel dina ieu panalungtikan aya 286 réspodén anu dipilih ku téknik *purposive sampling*. Pangumpulan data dilaksanakeun ngaliwatan nyebarkeun *kuesionér* sacara daring, lajeng dianalisis maké analisis régresi linier basajan.

Hasil panalungtikan nuduhkeun yén *Live Streaming Shopping TikTok* miboga pangaruh anu signifikan kana kaputusan meuli produk SKIN1004 dina Generasi Z. Indikator *Attention* (perhatian), *Interest* (katertarikan), *Search* (néangan informasi), *Action* (tindakan), jeung *Share* (ngabagi informasi) kabuktian miboga pangaruh anu signifikan kana kaputusan meuli. Ieu hasil nunjukkeun yén beuki luhur perhatian, katertarikan, usaha néangan informasi, tindakan, jeung kabiasaan ngabagi informasi ti panongton salila *live streaming* lumangsung, mangka beuki luhur ogé kaputusan maranéhna pikeun meuli produk SKIN1004.

Panalungtikan ieu dipiharep tiasa méré sumbangan pikeun pangembangan élmu komunikasi pamasaran, hususna ngeunaan éféktivitas fitur live streaming shopping dina média sosial *TikTok* pikeun mangaruhan paripolah konsumén Generasi Z.

Kecap Galeuh: Live Streaming Shopping, TikTok, Kaputusan Meuli, Generasi Z, SKIN1004.