



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH INTENSITAS *LIVE STREAMING* TIKTOK
SHOPPING DAN *DOOM SPENDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMTIF PRODUK *FASHION*
PADA GEN Z DI DKI JAKARTA**

Disusun oleh:

Karimah Berlianti
NIM 2204421022

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2026**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH INTENSITAS *LIVE* STREAMING TIKTOK
SHOPPING DAN *DOOM SPENDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMTIF PRODUK *FASHION*
PADA GEN Z di DKI JAKARTA**

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari
Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:
Karimah Berlianti
NIM 2204421022

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Karimah Berlianti
NIM : 2204421022
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan

Depok, 29 Juni 2026



Karimah Berlianti
NIM. 2204421022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Karimah Berlianti
NIM : 2204421022
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS *LIVE STREAMING* TIKTOK SHOPPING DAN DOOM SPENDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA GEN Z DI DKI JAKARTA**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar S.Tr.M pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua penguji : Heri Abrianto, S.E., M.M.

Anggota penguji : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 29 Juni 2026



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si.
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

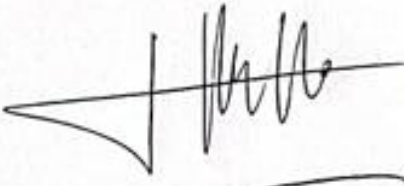
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Karimah Berlianti
NIM : 2204421022
Jurusan / Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : **PENGARUH INTENSITAS *LIVE* STREAMING TIKTOK SHOPPING DAN *DOOM SPENDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA GEN Z DI DKI JAKARTA**

Disetujui oleh Pembimbing


Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.
NIP. 199208092022032012

Diketahui Oleh:
Ketua Program Studi
Keuangan dan Perbankan Terapan,


Heri Abrianto S.E., M.M.
NIP. 196510051997021001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping dan *Doom Spending* terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta**" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Rektor Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Al., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
6. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Alm. Wisnu Tri Wahyudi dan Ibunda Suyatni. Terima kasih atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tak ternilai. Untuk Ayah, namamu selalu menjadi alasan penulis untuk tetap kuat. Tidak ada hari tanpa rindu. Semoga Ayah dapat melihat bahwa putri kecilmu akhirnya mampu menyelesaikan mimpi yang dahulu selalu Ayah doakan. Untuk Ibu, terima kasih telah menjadi rumah yang selalu menguatkan dan tidak pernah berhenti percaya kepada penulis. Kekuatan penulis hingga hari ini selalu berasal dari doa Ayah dan Ibu.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Untuk adik tersayang, Seyna Syakinah, terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk terus tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih telah menjadi pendengar terbaik bagi setiap cerita dan keluh kesah, serta selalu memberikan semangat dan dukungan dalam setiap langkah penulis. Semoga kasih sayang dan kebersamaan kita senantiasa terjaga hingga kapan pun.
8. Kepada Rahma, Intan, Nabilah, Khairunnisa, Alisha, Aisyah, dan Putri, yang dipertemukan bukan hanya sebagai teman kuliah, tetapi sebagai keluarga yang dipilih oleh semesta. Terima kasih telah menjadi saksi perjalanan penuh perjuangan, menemani setiap langkah, menghapus air mata dengan tawa, menguatkan saat hampir menyerah, dan merayakan setiap pencapaian sekecil apa pun. Kehadiran kalian telah membuat setiap proses terasa lebih ringan dan menjadi kenangan yang akan selalu penulis syukuri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 29 Juni 2026
Penulis

Karimah Berlianti
NIM. 2204421022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karimah Berlianti
NIM : 2204421022
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping dan *Doom Spending* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gen Z di DKI Jakarta”.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 29 Juni 2026

Yang Menyatakan

(Karimah Berlianti)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Karimah Berlianti

Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping dan *Doom Spending* terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta.

ABSTRAK

Perkembangan penggunaan TikTok Shopping melalui fitur *live streaming* telah menciptakan pola konsumsi baru di kalangan Gen Z. Selain faktor pemasaran digital, fenomena *doom spending* yang muncul akibat kondisi emosional dan kekhawatiran terhadap masa depan juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping dan *Doom Spending* terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Gen Z di DKI Jakarta yang pernah melakukan pembelian produk *fashion* melalui TikTok Shopping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping dan *Doom Spending* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion*. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 34,2% variasi Keputusan Pembelian Konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas mengikuti *live streaming* TikTok Shopping dan semakin kuat perilaku *doom spending* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan melakukan pembelian konsumtif produk *fashion*.

Kata Kunci: Intensitas *Live Streaming* TikTok Shopping, *Doom Spending*, Keputusan Pembelian Konsumtif, Produk *Fashion*, Gen Z.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Karimah Berlianti

Applied Finance and Banking Study Program

The Influence of TikTok Shopping Live Streaming Intensity and Doom Spending on Consumptive Fashion Product Purchase Decisions among Generation Z in DKI Jakarta

ABSTRACT

The development of TikTok Shopping through its live streaming feature has created new consumption patterns among Generation Z. In addition to digital marketing factors, the phenomenon of doom spending, which arises from emotional conditions and concerns about the future, may also influence consumers' purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of TikTok Shopping Live Streaming Intensity and Doom Spending on Consumptive Purchasing Decisions for Fashion Products among Generation Z in DKI Jakarta. This study employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents in DKI Jakarta who had previously purchased fashion products through TikTok Shopping. The results indicate that both TikTok Shopping Live Streaming Intensity and Doom Spending have a significant positive effect on Consumptive Purchasing Decisions for Fashion Products, both partially and simultaneously. Simultaneously, these two variables explain 34.2% of the variance in Consumptive Purchasing Decisions. These findings suggest that the higher the intensity of watching TikTok Shopping live streams and the stronger an individual's doom spending behavior, the greater the tendency to make consumptive purchases of fashion products.

Keywords: *TikTok Shopping Live Streaming Intensity, Doom Spending, Consumptive Purchase Decisions, Fashion Products, Generation Z.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Behavioral Finance Theory</i>	12
2.1.2 <i>Stimulus-Organism-Response Theory (S-O-R)</i>	13
2.2 Intensitas <i>Live Streaming Tiktok Shopping</i>	15
2.3 <i>Doom Spending</i>	16
2.4 Keputusan Pembelian	17
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Pemikiran	21
2.7 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Metode Pengambilan Sempel	24



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
3.5	Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	26
3.5.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
3.6	Metode Analisis Data.....	29
3.6.1	Uji Instrumen Data	29
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.6.4	Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Hasil Penelitian	34
4.1.1	Kriteria Umum Responden.....	34
4.1.2	Gambaran Distribusi Item Pernyataan.....	41
4.2	Hasil Uji Instrumen Data	44
4.2.1	Uji Validitas.....	45
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.1	Uji Normalitas	46
4.3.2	Uji Multikolinearitas	48
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	49
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.5	Uji Hipotesis	52
4.5.1	Uji T (Parsial).....	52
4.5.2	Uji F (Simultan).....	53
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.6.1	Pengaruh Intensitas <i>Live Streaming TikTok Shopping</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk Fashion Pada Gen Z di DKI Jakarta.....	55
4.6.2	Pengaruh <i>Doom Spending</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk Fashion Pada Gen Z di DKI Jakarta	56
4.6.3	Pengaruh Intensitas <i>Live Streaming TikTok Shopping</i> dan <i>Doom Spending</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk Fashion Pada Gen Z di DKI Jakarta	58
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		67



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna TikTok berdasarkan usia	2
Gambar 1.2 Penonton Live Shopping berdasarkan usia	3
Gambar 1.3 Kategori Belanja Gen Z.....	4
Gambar 1.4 Provinsi pengguna TikTok terbanyak	7
Gambar 2.1 Kerangka Landasan Teori	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Usia.....	35
Gambar 4.3 Domisili Responden	36
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	37
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	38
Gambar 4.6 Lama Penggunaan Aplikasi TikTok.....	39
Gambar 4.7 Penghasilan atau Uang Saku Per Bulan	40
Gambar 4.8 Grafik Histogram.....	47
Gambar 4.9 Grafik Normal P-Pilot	47
Gambar 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	48
Gambar 4.11 Uji Multikolinearitas	49
Gambar 4.12 Grafik Scatterplot	50
Gambar 4.13 Uji Glejser Heteroskedastisitas	50
Gambar 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Gambar 4.15 Uji T (Parsial).....	52
Gambar 4.16 Uji F (Simultan)	54
Gambar 4.17 Uji Koefisien Determinasi.....	54



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Distribusi Item Intensitas Live Streaming TikTok Shopping	42
Tabel 4.2 Distribusi Item Doom Spending	43
Tabel 4.3 Distribusi Item Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.4 Uji Validitas	45
Tabel 4.5 Uji Realibilitas	46





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 R Tabel
- Lampiran 8 T Tabel
- Lampiran 9 F Tabel
- Lampiran 10 Lembar Bimbingan



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi digital sudah memicu perubahan berarti pada kegiatan ekonomi, terutama dalam hal transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat. Salah satu contoh dari pergeseran ini adalah *social commerce*, yaitu kegiatan jual beli yang memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, interaksi, dan transaksi secara menyeluruh. Dalam konteks *social commerce*, konsumen tidak sekedar berfungsi sebagai pembeli, namun juga sebagai pengguna yang berinteraksi dengan berbagai konten, penjual, dan pengguna lain. Ciri khas yang utama dari *social commerce* adalah kemampuannya menggabungkan komunikasi dan transaksi dalam satu *platform* digital. Situasi ini membuat proses pembelian menjadi lebih cepat, interaktif, dan dipengaruhi oleh aspek sosial serta emosional.

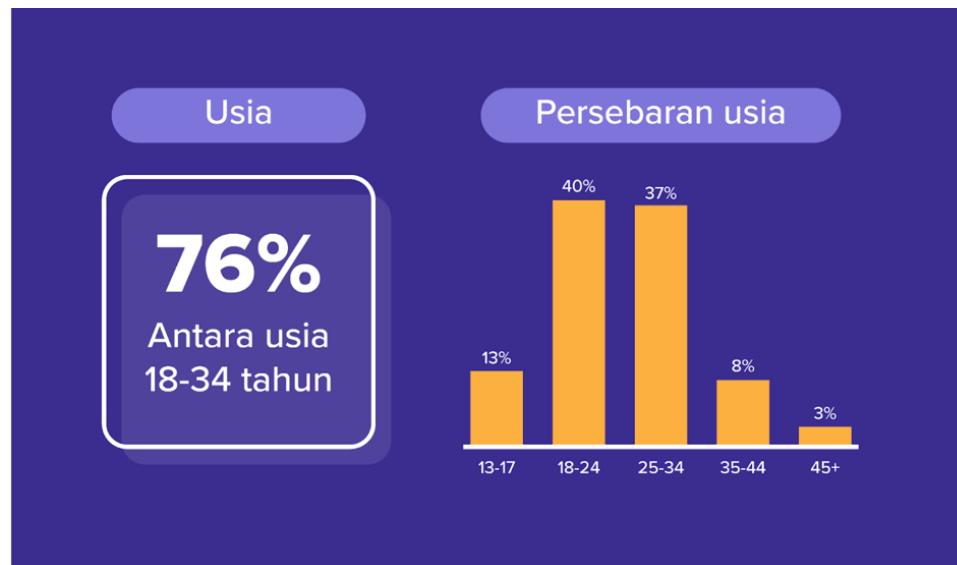
Perkembangan *social commerce* tidak bisa dipisahkan dari meningkatnya akses internet di Indonesia. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), total pemakai jaringan di Indonesia menyentuh 221,6 juta individu tingkat penetrasi mencapai 79,5%. Angka penetrasi yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas individu telah terhubung dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka. Internet digunakan bukan sekedar guna bertukar informasi, namun pula aktivitas ekonomi misal berbelanja secara daring dan berinteraksi di media sosial. Situasi ini semakin memperkuat posisi media sosial sebagai elemen penting dalam ekosistem ekonomi digital.

Tingginya akses internet telah menyebar pertumbuhan penggunaan media sosial pada hidup keseharian masyarakat serta bukan sekedar berfungsi selaku sarana guna berinteraksi serta berekreasi, namun pula telah berevolusi menjadi media yang mendukung aktivitas ekonomi digital. Beragam *platform* media sosial menawarkan fitur yang mengizinkan hubungan langsung antarsesama pembeli serta penjual, yang membantu mempercepat proses penyebaran informasi produk dan pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, kemudahan akses serta intensitas paparan konten digital yang tinggi juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kondisi ini menandakan media sosial berfungsi utama saat mendukung kemajuan *social commerce* dan memengaruhi perilaku konsumen di era digital.



Gambar 1.1 Pengguna TikTok berdasarkan usia
Sumber: Ginee (2021)

Satu diantara *platform* yang menghadapi perkembangan sigap saat mendukung aktivitas *social commerce* ialah TikTok dimana bukan sekadar berguna selaku media untuk hiburan dengan video pendek, namun pula sudah beralih jadi alat pemasaran dan transaksi digital. Gen Z adalah golongan yang terlahir antar tahun 1997 sampai 2012 (BPS, 2025). Menurut laporan Ginee (2021), sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia berasal dari kelompok usia yang lebih muda. Sekitar 76% pengguna berada dalam rentang usia 18–34 tahun. Data ini menunjukkan bahwa Gen Z adalah pengguna utama TikTok dengan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam berbagai aktivitas digital.

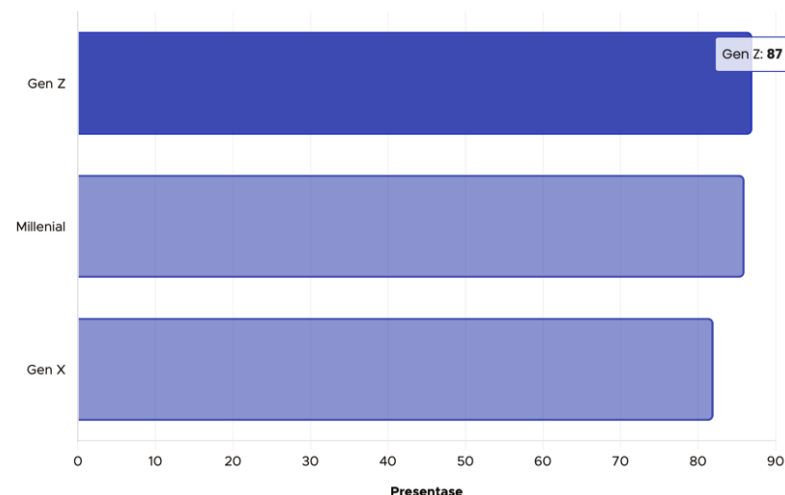
Salah satu bentuk pertumbuhan *social commerce* yang signifikan adalah kehadiran fitur siaran langsung yang disebut sebagai *Live TikTok Shopping*. *Live shopping* ialah aktivitas transaksi yang dilakukan lewat siaran langsung secara *real-time* bersama penjual (Xu dan Du, 2018). dan mempunyai potensi besar dalam memanfaatkan perilaku impulsif konsumen “lihat sekarang, beli sekarang” (Lo *et al.*, 2022). Dengan adanya fitur ini, penjual dapat memperkenalkan produk, menjelaskan rincian, serta berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, yang juga bisa melakukan pembelian saat siaran berlangsung. Pelanggan pula mampu melihat transaksi dimana dikerjakan melalui individu berbeda maka menghasilkan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kondisi berbelanja yang cenderung terburu-buru (Lin *et al.*, 2023). Di samping itu, promosi seperti potongan harga, persediaan terbatas, dan tegat waktu pembelian semakin memotivasi konsumen untuk segera melakukan transaksi.

Inilah Profil Penonton Live Shopping RI Berdasarkan Usia



Jakpat

GoodStats

Gambar 1.2 Penonton *Live Shopping* berdasarkan usia
Sumber: Jakpat (GoodStats 2023)

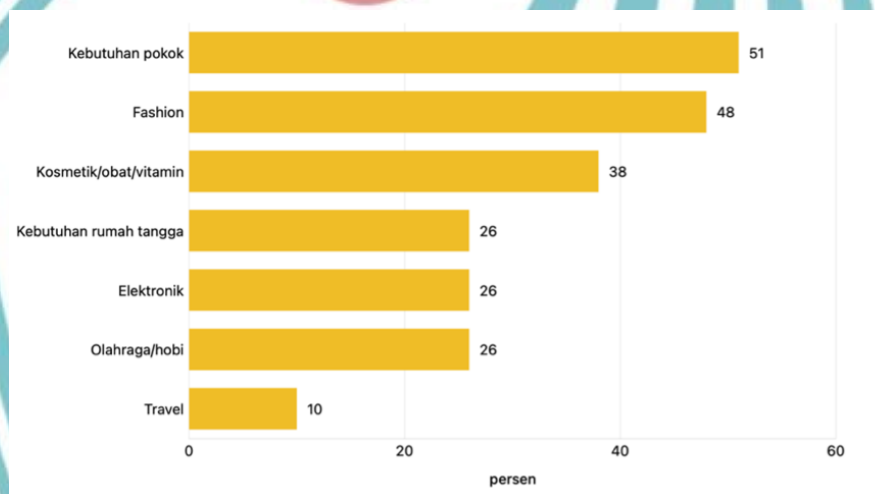
Tingginya penggunaan fitur *Live Shopping* oleh Gen Z terlihat dari hasil survey Jakpat dan dipublikasikan melalui GoodStats (2023), sekitar 87% Gen Z telah melihat *live shopping*, angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan Gen lainnya. Kegiatan ini menyediakan kesempatan untuk interaksi langsung antara pelanggan dan penjual sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik. Selain itu, berbagai promosi misal potongan harga terbatas serta tawar menawar yang singkat bisa mempercepat keputusan pembelian. Keadaan ini menandakan *live shopping* berdampak besar pada pola konsumsi Gen Z.

Tingginya keterlibatan Gen Z dalam aktivitas *Live Shopping* menunjukkan bahwa mereka semakin sering terpapar berbagai *stimulus* pemasaran digital. Paparan yang terjadi secara berulang tersebut tidak hanya meningkatkan ketertarikan terhadap produk, tetapi juga berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Akibatnya, Gen Z cenderung lebih mudah melakukan pembelian secara spontan, terutama terhadap produk yang mengikuti tren seperti produk *fashion*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Perubahan perilaku tersebut terlihat dari pola konsumsi Gen Z yang cenderung lebih memprioritaskan kepuasan kebutuhan jangka pendek dari pada merencanakan keuangan dalam jangka panjang (Erwin *et al.*, 2023). Sebuah survey yang dirilis oleh Bank Central Asia (2025) mengungkapkan bahwa sekitar 60% Gen Z menghabiskan uang lebih banyak dari yang mereka peroleh. Selain itu, survei YouGov menyoroti bahwa Gen Z banyak menghabiskan uang untuk kebutuhan gaya hidup seperti di bidang kecantikan dan *fashion*. Data dari Jakpat juga menunjukkan bahwa 55% Gen Z memanfaatkan layanan *paylater* dan 62% menggunakan pinjaman digital untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka. Situasi ini menunjukkan adanya kecenderungan kuat terhadap perilaku konsumtif serta mudahnya terjat dalam masalah keuangan.



Gambar 1.3 Kategori Belanja Gen Z

Sumber: Sumber: DataBoks (2024)

Tingginya kecenderungan konsumtif tersebut juga tercermin dari jenis produk yang paling banyak dibeli oleh gen Z. Berdasarkan Survei Urban Banking 2024 yang dirilis oleh Mandiri Institute, sekitar 48% responden dari Gen Z di daerah perkotaan mengungkapkan bahwa produk *fashion* Adalah kategori belanja yang paling menarik setelah kebutuhan dasar yang mencapai 51%. Hal ini mengindikasikan bahwa produk *fashion* bukan semata dianggap selaku keperluan sekunder, namun pula selaku unsur dari ekspresi identitas diri serta gaya hidup Gen Z. Gen Z cenderung memiliki tingkat konsumsi yang tinggi serta rentan melakukan pembelian produk yang kurang sesuai dengan kebutuhan, bahkan tidak dibutuhkan (Arda dan Andriany, 2019).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Namun, tingginya konsumsi produk *fashion* di kalangan Gen Z juga menimbulkan kekhawatiran mengenai kemampuan mereka dalam mengatur finansial. Suatu observasi yang dijalankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024 mengungkapkan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan Gen Z sebesar 47,88%, angka ini masih lebih rendah dibandingkan generasi milenial yang tercatat 52,12%. Rendahnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan ini dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya kebiasaan konsumtif yang sulit untuk dikendalikan.

Sebagai akibat dari situasi ini, dalam beberapa tahun belakangan muncul sebuah fenomena yang dinamakan sebagai *doom spending*. Fenomena *doom spending*, yang merujuk pada kebiasaan berbelanja impulsif akibat stres, semakin banyak ditemukan di kalangan Gen Z dan dapat membahayakan kesehatan finansial mereka dalam jangka panjang (Afifah, 2024). Fenomena ini juga didukung oleh hasil penelitian global dari Deloitte (2025) dalam *Global Gen Z and Millennial Survey* yang menyatakan bahwa mayoritas Gen Z cenderung berbelanja secara berlebihan sebagai reaksi terhadap tekanan emosional serta ketidakpastian ekonomi. Lebih lanjut, laporan dari *World Economic Forum* (2023) mengindikasikan bahwa generasi muda saat ini lebih rentan terhadap perilaku konsumsi yang dipicu oleh emosi jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, terutama di saat kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Kondisi tersebut mencerminkan adanya masalah serius terkait perilaku pembelian impulsif yang dapat berdampak buruk pada kesehatan keuangan di masa depan. Sebaiknya, setiap individu dapat mengelola keuangan mereka dengan cara yang logis, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan batas kemampuan finansial mereka. Namun, kenyataannya, Gen Z cenderung lebih mudah terpengaruh oleh emosi serta tekanan dari dunia digital, sehingga muncul perbedaan antara perilaku keuangan yang diharapkan dan yang sebenarnya terjadi dalam praktik konsumsi sehari-hari.

Fenomena ini dapat semakin ditingkatkan oleh akses yang mudah ke *e-commerce* dan tingginya frekuensi promosi melalui media sosial. Beraneka ragam konten tren, tawaran diskon yang terbatas, serta strategi promosi melalui *live streaming* dapat mendorong para konsumen melakukan pembelian secara spontan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

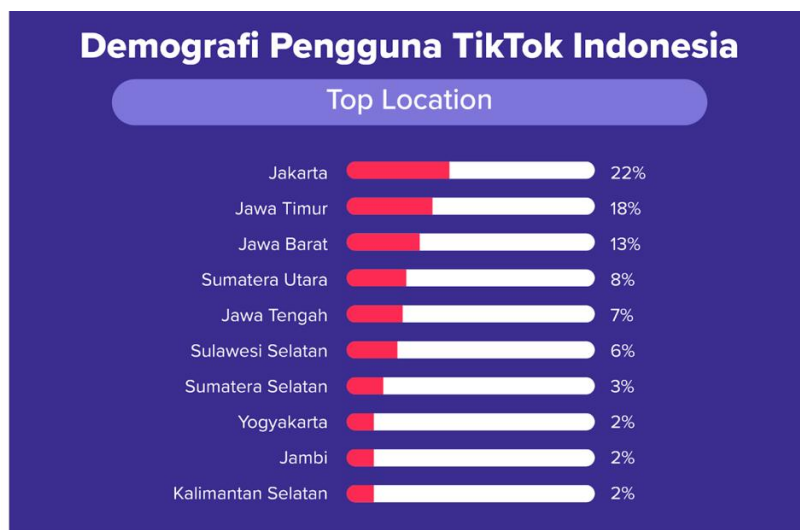
Dalam hal ini, tingkat paparan terhadap *Live TikTok Shopping* dapat berfungsi sebagai faktor eksternal yang memicu peningkatan kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan, sedangkan *doom spending* adalah faktor internal terkait dengan kondisi psikologis individu yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji perilaku belanja konsumtif dalam lingkungan *social commerce* dan *live shopping*, mayoritas penelitian masih terfokus pada aspek seperti *perceived value*, kepercayaan, dan partisipasi konsumen. Sebagai contoh, penelitian oleh Sun *et al.*, (2019) mengungkapkan bahwa *live streaming shopping* memiliki dampak signifikan pada niat untuk membeli berdasarkan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan. Namun, studi yang dijalankan Wongkitrungrueng dan Assarut (2020) menunjukkan interaksi pada *live streaming* dapat menaikkan keyakinan serta partisipasi pelanggan yang memengaruhi pengambilan keputusan saat berbelanja. Namun demikian, studi-studi tersebut belum secara simultan meneliti pengaruh dari frekuensi paparan *Live TikTok Shopping* dan faktor psikologis seperti *doom spending* dalam menjelaskan keputusan belanja konsumtif, terutama di kalangan Gen Z di DKI Jakarta.

Dalam sebuah studi, penentuan lokasi untuk penelitian adalah langkah yang penting karena memilih tempat yang sesuai dapat memperkuat proses identifikasi dan analisis hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis mencakup intensitas *live streaming* TikTok Shopping dan *doom spending* terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z. Oleh karenanya, perlu daerah dengan angka penggunaan TikTok yang tinggi agar fenomena yang diteliti bisa diwakili dengan lebih tepat. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyajikan informasi mengenai distribusi pengguna TikTok di Indonesia berdasarkan wilayah sebagai dasar pertimbangan dalam memilih lokasi penelitian yang paling relevan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.4 Provinsi pengguna TikTok terbanyak
Sumber: Ginee (2021)

Berdasarkan gambar 1.4, statistik demografi pengguna TikTok di Indonesia memperlihatkan Jakarta ialah kawasan beserta total pemakai terbesar dibandingkan wilayah lainnya, ialah mencapai 22%. Angka ini diikuti oleh Jawa Timur yang memiliki kontribusi sebesar 18% dan Jawa Barat dengan 13%. Dominasi Jakarta menandakan tingginya frekuensi penggunaan *platform* di kawasan metropolitan ini, yang menawarkan akses internet yang lebih baik serta aktivitas digital yang lebih aktif. Konsentrasi pengguna TikTok yang tinggi di Jakarta menandakan bahwa kawasan ini memiliki peluang besar dalam pertumbuhan *social commerce*, khususnya melalui penggunaan fitur *live streaming*. Situasi ini menunjukkan bahwa Jakarta adalah daerah yang relevan dalam mengkaji pola konsumsi digital.

Penelitian ini berpusat di wilayah DKI Jakarta selaku satu diantara ciri dalam pemilihan sampel. Pemilihan lokasi tersebut didasari oleh karakteristik Jakarta yang sebagai pusat ekonomi dan aktivitas digital di Indonesia dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, terutama TikTok. Selain itu, Jakarta menampung jumlah pengguna TikTok terbesar jika dibandingkan dengan daerah lainnya, sehingga memberikan gambaran yang kuat tentang fenomena *social commerce* yang sedang diteliti. Di sisi lain, kelompok Gen Z di Jakarta memiliki proporsi yang cukup signifikan dalam komposisi penduduk, menjadikannya kelompok yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumsi digital, terutama terkait dengan pembelian produk *fashion* melalui *platform* TikTok.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dengan mempertimbangkan karakteristik tersebut, penentuan DKI Jakarta sebagai tempat penelitian membuka kesempatan untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai perilaku konsumtif Gen Z dalam konteks penggunaan *live TikTok Shopping* dan pengeluaran yang tidak terencana. Berlandaskan latar belakang serta fenomena yang sudah diungkapkan, studi ini mengkaji: **“Pengaruh *live streaming TikTok Shopping* dan *doom spending* terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan *social commerce* melalui aplikasi TikTok, terutama melalui fungsi TikTok *Live*, telah meningkatkan aktivitas belanja digital di kalangan Gen Z. Fitur *live shopping* yang interaktif dan *real-time*, bersama dengan berbagai metode promosi seperti potongan harga sementara, jumlah barang yang terbatas, dan waktu pembelian yang dibatasi, berpotensi menciptakan dorongan bagi pelanggan guna menjalankan transaksi dengan segera minus pemikiran logis. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya intensitas paparan terhadap *Live TikTok Shopping* diduga berdampak pada keputusan pembelian konsumtif, khususnya pada produk *fashion* yang memiliki tingkat minat tinggi di kalangan Gen Z.

Di sisi lain, keputusan pembelian konsumtif bukan semata ditentukan melalui unsur luar namun pula melalui unsur dalam yang berkaitan dengan kondisi psikologis individu. Suatu bagian gejala dimana timbul ialah *doom spending*, yakni kecenderungan untuk melakukan pembelian secara impulsif sebagai reaksi terhadap stres atau tekanan emosional. Fenomena ini menunjukkan adanya kemungkinan dampak faktor psikologis terhadap pembelian konsumtif. Oleh sebab itu, penelitian ini mengarahkan perhatian pada analisis bagaimana intensitas *Live TikTok Shopping* sebagai faktor eksternal dan *doom spending* sebagai faktor internal memengaruhi keputusan pembelian untuk membeli produk *fashion* di kalangan Gen Z, baik secara terpisah maupun bersamaan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, lalu dimaksudkan guna memberi jawaban atas pertanyaan ini:

1. Bagaimana pengaruh intensitas *Live Streaming TikTok Shopping* terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z?
2. Bagaimana pengaruh *doom spending* terhadap Keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z?
3. Bagaimana pengaruh intensitas *Live Streaming TikTok Shopping* dan *doom spending* secara simultan terhadap Keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z?

1.4 Tujuan Penelitian

Berlandaskan uraian rumusan masalah yang sudah dipaparkan, berikut adalah tujuan penelitian yang akan dilakukan:

1. Menganalisis pengaruh intensitas *Live Streaming TikTok Shopping* terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z.
2. Menganalisis pengaruh *doom spending* terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z.
3. Menganalisis pengaruh intensitas *Live Streaming TikTok Shopping* dan *doom spending* secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z

1.5 Manfaat Penelitian

Kajian tersebut diinginkan mampu menyajikan kontribusi berarti beragam sisi, serta menghasilkan dampak baik bagi beragam kalangan. Selanjutnya ialah manfaat kajian tersebut itu dipisahkan jadi 2 golongan yakni teoritis dan praktis :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori dalam bidang perilaku keuangan, khususnya yang terkait dengan perilaku pembelian konsumtif dikalangan Gen Z di era digital. Melalui analisis dan pengujian terhadap pengaruh intensitas *live streaming* di platform TikTok serta fenomena *doom spending*, penelitian ini mampu menambah telaah ilmiah tentang unsur-unsur dimana mempengaruhi keputusan pembelian individu yang bersifat konsumtif.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memperdalam pemahaman tentang interaksi antara perkembangan media sosial, faktor psikologis, serta perilaku keuangan generasi muda dalam konteks *Behavioral Finance*. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi menjadi sumber rujukan akademis dalam pengembangan kerangka konseptual tentang perilaku pembelian konsumtif di kalangan Gen Z, terutama pada konteks perdagangan digital berbasis *live streaming*. Temuan studi ini juga diinginkan mampu dijadikan landasan demi penelitian berikutnya yang menelaah peristiwa konsumsi digital dan perilaku pembelian di kalangan generasi muda di era ekonomi digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Selaku suatu bagian ketentuan formal guna tamat dari Politeknik Negeri Jakarta. Penelitian ini memungkinkan, penulis untuk mempelajari lebih jauh mengenai pengaruh dari intensitas *live streaming* pada *platform* TikTok serta fenomena *doom spending* pada keputusan pembelian konsumtif produk *fashion* pada Gen Z. Kajian ini pula memberi peluang bagi penulis guna meningkatkan keterampilan dalam berpikir kritis, melaksanakan analisis data dengan cara sistematis, dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama proses pembelajaran ke dalam penelitian ilmiah yang relevan dengan perkembangan perilaku keuangan di zaman digital ini.

b. Bagi Gen Z

Temuan studi ini berharap mampu memberi pemahaman bagi Gen Z tentang unsur-unsur yang memengaruhi ketetapan pembelian konsumtif, terutama yang berkaitan dengan sejauh mana Gen Z menggunakan media sosial dan fenomena *doom spending*. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, Gen Z diharapkan mampu lebih bijak dalam mengelola pengeluaran serta meningkatkan kesadaran tentang pengendalian perilaku konsumsi agar tidak berlebihan.

c. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Kajian ini berharap mampu member manfaat bagi akademisi dan mahasiswa sebagai sumber rujukan ilmiah dalam peningkatan riset yang berkaitan dengan perilaku keuangan, konsumsi digital, serta fenomena *doom spending* pada Gen Z. Selain itu, kajian tersebut diinginkan mampu menyajikan sumbangan pada

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

peningkatan telaah akademis di sektor keuangan erta ekonomi digital, serta meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara kemajuan teknologi digital dan perilaku pembelian individu.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Kajian ini dipaparkan tersusun ke lima bab untuk memastikan pembahasannya teratur dan mudah dimengerti. Struktur penulisan skripsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang yang mendasari, pertanyaan penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta tata cara penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dasar teori penelitian, penelitian sebelumnya yang relevan, struktur pemikiran, serta hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merincikan teknik yang diterapkan, termasuk jenis penelitian, objek yang diteliti, populasi dan sampel, cara pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta cara analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan temuan penelitian yang didapat melalui analisis serta pembahasan mengenai hasil kajian itu melalui menghubungkannya pada teori dan studi terdahulu.

BAB V PENUTUP

Bab ini merincikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta saran untuk pihak-pihak terkait.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan dari studi terkait pengaruh Intensitas *Live Streaming* TikTok *Shopping* dan *Doom Spending* terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta, beberapa Kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

- a. Intensitas *Live Streaming* TikTok *Shopping* terpengaruh positif signifikan pada Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta. Perihal ini menandakan semakin sering Gen Z terlibat dan menyaksikan *live streaming* TikTok *Shopping*, kian tinggi kesempatan mereka guna menjalankan transaksi produk *fashion* secara konsumtif. Interaksi secara langsung, promosi yang menarik, serta akses mudah untuk mendapatkan informasi barang dijadikan unsur yang menunjang peningkatan keputusan pembelian.
- b. *Doom Spending* terpengaruh positif signifikan pada Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta. Temuan ini menandakan bahwa keadaan emosional, seperti perasaan cemas, stres, atau ketakutan terhadap masa depan, dapat mempengaruhi perilaku belanja Gen Z. Pembelian produk *fashion* sering kali dilakukan sebagai cara untuk melampiasan atau mendari kepuasan emosional dalam waktu singkat.
- c. Secara simultan, Intensitas *Live Streaming* TikTok *Shopping* dan *Doom Spending* terpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta. Dua variabel itu timbal menyempurnakan pada menerangkan tindakan konsumtif Gen Z, di mana paparan terhadap *live streaming* sebagai faktor eksternal dan dorongan emosional sebagai faktor internal secara bersama-sama dapat meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian produk *fashion*. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dapat menjelaskan sebesar 34,2% variasi Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* pada Gen Z di DKI Jakarta.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Berlandaskan temuan penelitian serta simpulan yang didapat, pengkaji memberi beragam saran yakni:

1. Bagi Gen Z

Gen Z berharap mampu lebih bijak saat memanfaatkan fitur *Live TikTok Shopping* serta lebih mempertimbangkan kebutuhan mereka sebelum membeli produk *fashion*. Lebih jauh, penting bagi Gen Z untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola emosi dan menghindari perilaku *doom spending* agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat dan dapat mengelola keuangan secara lebih baik.

2. Bagi Platform TikTok Shopping dan Pelaku Usaha

Platform TikTok Shopping dan para pelaku usaha sebaiknya tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan melalui promosi dan strategi pemasaran, tetapi juga dapat memberikan edukasi kepada konsumen mengenai perilaku konsumsi yang sehat dan bijak. Penyampaian keterangan barang dimana terang serta pemasaran dimana kian bertanggung jawab diinginkan mampu menolong pelanggan pada menyusun ketetapan transaksi dimana kian logis.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya dianjurkan guna memperbesar kawasan kajian serta menyertakan variabel lain yang mungkin mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumtif, seperti *fear of missing out (FOMO)*, *impulsive buying*, *shopping lifestyle*, dan pengaruh *influencer*. Selain itu, penerapan metode penelitian yang berbeda pula mampu dilaksanakan guna memperoleh pengertian dimana kian mendetail mengenai perilaku konsumtif Gen Z dalam era *social commerce*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. A., & Haris, H. (2024). jmbk.v5i2.252Pengaruh Live Streaming, Shopping Lifestyle, dan Hedonic Shopping Valueterhadap Impulsive Buyingmelalui TikTok Shop dengan Mediasi Price Discountpada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(2), 372-385.
- Afifah, S. N. (2024, October 11). *Fenomena doom spending di kalangan Gen Z, begini kata pengamat*. Retrieved from NU Online: <https://jakarta.nu.or.id/nasional/fenomena-doom-spending-di-kalangan-gen-z-begini-kata-pengamat-epVtV>
- Aflah, F. R., Risnawati, & Hamdani, M. F. (2025). Penerapan Regresi Linier Berganda dalam Menilai Hubungan Antar Variabel dalam Penelitian Kuantitatif. *INNOVATIV: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4195-4211.
- Andrean, R., Fikri, M. K., & Wulan, E. R. (2025). DOOM SPENDING AMONG GENERATION Z: AN ANALYSIS OF IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR ON E-COMMERCE PLATFORMS. *JMIF: Journal of Management and Islamic Finance*, 5, 157-176.
- Anisa, Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). ANALISIS FAKTOR STIMULI PEMASARAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA GENERASI Z. *Jurnal Intekna*, 69-133.
- Dittmar, H., Long, K., & Bond, R. (2007). When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of social and clinical psychology*, 26, 334-361.
- Diwyarthi, N. M., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., Gemilang, F. A., Sulaeman, M. M., . . . Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Padang Sumatra Barat: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). 'Instagram made Me buy it': Generaion Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102345.
- Erwin, Saununu, S. J., & Rukman, A. Y. (2023). The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 01, 1028-1038.
- Fitriyani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). PERAN IMPULSIVE BUYING SAAT LIVE STREAMING PADA MASA PANDEMI COVID-19(STUDI KASUSE-COMMERCE SHOPEE). *Jurnal Masharif al-syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6, 542-555.
- Ghozali, H. I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herliani, N., Putri, S. M., Sari, W. L., Raharja, M. C., & Meliana, R. (2026). ANALISIS PERILAKU IMPULSE BUYING KONSUMEN MUSLIM DI PURWOKERTO PADA PLATFORM DIGITAL BERDASARKAN TEORI STIMULUS-ORGANISME-RESPONS (SOR). *Jurnal Sains Student Research*, 4, 228-235.
- Hernawati, R. (2025). Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh FOMO dan Doom Spending terhadap Manajemen Keuangan Individu. *Management & Accounting Expose*, 8(2), 12-26.
- Herniati, N. P. (2025). Mengungkap Perilaku Belanja Impulsif Gen Z Indonesia pada E-Commerce Tiktok Shop. *The Manager Review*, 7(1), 31-62.
- Jarut, G. I., & Selviana. (2025). Innovative Digital Commerce and Its Impact on Doom Spending and Unsustainable Fashion Choices Among Generation Z: A TikTok Live Shopping Study. *Commentate: Journal of Communication Management*, 6(2), 44-60.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th*. New York: Pearson Education.
- Lin, S.-C., Tseng, H.-T., Shirazi, F., Hajli, N., & Tsai, P.-T. (2023). Exploring factors influencing impulse buying in live streaming shopping: a stimulus-organism- response (SOR) perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35, 1383-1403.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Lo, P.-S., K.Dwivedi, Y., Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Aw, E. C.-X., & Metri, B. (2022). Why Do Consumers Buy Impulsively During Live Streaming? A Deep Learning-Based Dual-Stage SEM-ANN analysis. *Journal of Business Research*, 147, 325-337.
- Ma, Y. (2021). To shop or not: Understanding Chinese consumers' live-stream shopping intentions from the perspectives of uses and gratifications, perceived network size, perceptions of digital celebrities and shopping orientations. *Telematics and Informatics*, 59, 101562.
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING OLEH INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP(Survei Pada Shopper Live Streaming @Louissescarlettfamily). *Commercium*, 8, 87-97.
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 6(2), 249-266.
- Munthe, R. N., & Nasution, M. (2025). Dampak Fenomena Standar Tiktok Terhadap Gaya Hidup Doom Spending Gen Z Kota Medan. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin ilmu sosial*, 9(2).
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1, 1-8.
- Nurhaliza, P., & Kusumawardhani, A. (2023). ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN EASE OF PAYMENT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi pada Pengguna Platform Media Sosial TikTok Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 12, 2337-3792.
- Omar, I., & Dewar, R. (2024). ikTok shopaholics: Unravelling the emotive influence of time pressure, price promotion, and interaction on Gen Z's impulsive cosmetic purchases in live streaming. *Linnaeus University School of Business and Economics*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pamungkas, R. E., Ainu, F. E., Nisa, P. K., Chaniago, M. A., Husairi, M. S., & Adinda, A. S. (2025). Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 129-139.
- Pratama, V., Nugroho, A. A., & Yusnita, M. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Social Media Product Browsing terhadap Online Impulse Buying Produk Fashion pada Gen-Z di Pangkalpinang. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(5), 1057-1074.
- Rosadi, K., & Fithriyah, N. N. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SHOP TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA SANTRI PONDOK PESANTREN NURUL ICHSAN BONTANG KALIMANTAN. *Almanar: Jurnal fakultas Agama Islam*, 01, 2987-4874.
- Safirti, F., Karnadi, & Fandiyanto, R. (2024). Peran Minat Beli Dalam Memoderasi Pengaruh FlashSale, Gratis Ongkir dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di E-Commerce Tiktok Shop. *Journal of Digital Business Research*, 1(1), 27-37.
- Simatupang, S., Butarbutar, M., Susanti, D., & Putri, D. E. (2025). GEN Z DOOM SPENDING LIFESTYLE THAT INFLUENCES IMPULSIVE CONSUMER SHOPPING BEHAVIOR. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 13(1), 1-11.
- Sugiono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sun, Y., Shao, X., Li, X., & Nie, K. (2019). How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 37, 100886.
- Thaler, R. H. (2016). Behavioral Economics: Past, Present and Future. *American Economic Riview*, 106(7), 1577-1600.
- Utami, D. F., & Ahmadi, M. A. (2024). PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PEMBELIAN KONSUMEN PADA TIKTOK SHOP. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 51-59.

Wahyuni, R., Oskar, D. P., Mariana, R., Irfani, H., & Fikri, H. T. (2023). Faktor Psikologis dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Prediktor Keputusan Pembelianpada Live ShoppingTikTok. *Psyche 165 Journal*, 16(3), 161-167.

Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). 'I See It, I Want It, I Buy It': The Role of Social Media Marketing in Shaping Brand Image and Gen Z's Intention to Purchase Local Product. *Society*, 253-271.

Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and angagement with social commerce sellers. *Journal of business research*, 117, 543-556.

Xu, F., & Du, J. T. (2018). Factors influencing users' satisfaction and loyalty to digital libraries in Chinese universities. *Computers in Human Behavior*, 83, 64-72.



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner Penelitian

PEMBUKAAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Karimah Berlianti, mahasiswi Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir/skripsi dengan judul:

“Pengaruh Intensitas Live Streaming TikTok Shopping dan Doom Spending terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk Fashion pada Generasi Z di DKI Jakarta.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas penggunaan fitur live streaming pada TikTok Shopping serta perilaku doom spending dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumtif produk fashion pada Generasi Z di DKI Jakarta.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Termasuk dalam kategori Gen Z (usia 17–26 tahun).
2. Responden berdomisili di DKI Jakarta
3. Memiliki akun TikTok aktif.
4. Pernah menonton *live streaming* TikTok Shopping.
5. Pernah melakukan pembelian produk *fashion* melalui *live streaming* TikTok shopping

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini secara objektif sesuai dengan pengalaman pribadi. Seluruh data dan informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik penelitian.

Atas perhatian, kesediaan, dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam membantu kelancaran penelitian ini, saya mengucapkan Terima Kasih.

Hormat saya,

Karimah berlianti

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A. Pertanyaan Penyaringan

1. Apakah anda berdomisili di DKI Jakarta?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda termasuk gen Z (lahir 1997-2012)?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apakah anda pernah menonton live tiktok shopping?
 - a. Ya
 - b. Tidak

B. Pertanyaan Identitas

1. Nama Responden = (Jawaban responden)
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia
 - a. 17-20 tahun
 - b. 21-24 tahun
 - c. 25-29 tahun
4. Domisili
 - a. Jakarta pusat
 - b. Jakarta utara
 - c. Jakarta Barat
 - d. Jakarta Selatan
 - e. Jakarta Timur
 - f. Kepulauan Seribu
5. Pendidikan terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. Diploma (D1/D2/D3)
 - e. Sarjana (S1/D4)
 - f. Pascasarjana (S2/S3/Profesi)
6. Pekerjaan
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa/i
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Pegawai Negeri
 - e. freelancer
 - f. Wirausaha
 - g. Lainnya:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Seberapa lama anda telah menggunakan aplikasi tiktok
 - a. Kurang dari 6 bulan
 - b. 6-12 bulan
 - c. Lebih dari 1 tahun
8. Penghasilan per Bulan/Uang Saku per Bulan
 - a. <Rp500.000
 - b. Rp500.000- Rp3.000.000
 - c. Rp3.000.000-Rp5.000.000
 - d. >Rp5.000.000

C. Pertanyaan Indikator Penelitian

No	Variabel Intensitas <i>Live Streaming</i> (X1)	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Frekuensi						
1	Saya sering menonton live streaming TikTok Shopping.					
2	Saya mengakses live TikTok Shopping beberapa kali dalam satu minggu.					
Durasi						
1	Saya menghabiskan waktu yang cukup lama saat menonton live TikTok Shopping					
2	Saya tetap mengikuti live TikTok Shopping meskipun durasinya panjang.					
Penghayatan (Fitur)						
1	Saya fokus mengikuti informasi produk yang disampaikan saat live TikTok Shopping.					
2	Saya merasa terlibat saat menonton live TikTok Shopping.					
Perhatian (Isi)						
1	Saya tertarik dengan konten yang ditampilkan dalam live TikTok Shopping.					
2	Saya memperhatikan penjelasan produk saat live TikTok Shopping berlangsung.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Variabel Doom Spending (X2)	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Pembelian Impulsif						
1	Saya membeli produk fashion di live TikTok secara tiba-tiba tanpa perencanaan.					
2	Saya merasa sulit menahan keinginan untuk membeli produk fashion yang ditawarkan dalam live TikTok Shopping.					
Didorong Oleh Keinginan						
1	Saya membeli produk fashion karena keinginan, bukan kebutuhan.					
2	Saya tetap tertarik untuk membeli produk fashion meskipun tidak diperlukan.					
Pengaruh Emosi						
1	Saya membeli produk fashion sebagai cara untuk memperbaiki suasana hati ketika merasa khawatir terhadap masa depan					
2	Kondisi emosional saya mempengaruhi keputusan dalam membeli produk fashion melalui TikTok.					
Mengabaikan Kondisi Keuangan						
1	Saya tetap membeli produk fashion meskipun mengetahui kondisi keuangan saya sedang tidak ideal					
2	Saya kurang mempertimbangkan kondisi keuangan dalam melakukan pembelian produk fashion melalui TikTok.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Tujuan Pembelian						
1	Saya melakukan pembelian produk fashion dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan kebutuhan					
2	Saya mempertimbangkan manfaat produk sebelum membeli.					
Kemantapan Produk						
1	Saya yakin bahwa produk fashion yang saya beli melalui TikTok sesuai dengan harapan saya					
2	Saya meyakini bahwa keputusan pembelian yang saya lakukan sudah tepat.					
Rekomendasi						
1	Saya bersedia merekomendasikan produk fashion yang telah saya beli kepada orang lain.					
2	Saya bersedia membagikan pengalaman pembelian produk fashion kepada orang lain.					
Pembelian Ulang						
1	Saya memiliki ketertarikan untuk membeli kembali produk fashion yang sama.					
2	Saya cenderung melakukan pembelian ulang apabila merasa puas terhadap produk tersebut.					

PENUTUPAN

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i Responden untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Partisipasi dan jawaban yang diberikan sangat berarti serta memberikan kontribusi yang berharga bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian yang sedang saya lakukan. Semoga segala bantuan, waktu, dan perhatian yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik.

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Kuesioner Penelitian
VARIABEL INTENSITAS *LIVE STREAMING* TIKTOK SHOPPING (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
1	5	4	4	5	4	5	4	4	35
2	4	3	4	4	3	4	4	5	31
3	4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	2	2	5	3	4	5	3	4	28
6	4	4	3	4	4	4	3	4	30
7	5	5	4	5	5	5	4	5	38
8	3	5	4	3	5	4	3	5	32
9	4	5	5	4	4	4	5	5	36
10	4	3	5	4	3	5	4	3	31
11	5	4	4	5	4	4	5	4	35
12	4	5	3	4	5	3	4	5	33
13	3	4	3	4	3	4	3	4	28
14	4	4	5	3	5	3	4	4	32
15	5	4	4	5	4	5	4	4	35
16	5	4	5	5	4	5	5	5	38
17	5	4	5	5	5	4	5	5	38
18	4	5	5	4	5	4	5	5	37
19	5	3	4	5	3	4	5	3	32
20	3	5	4	3	5	4	3	5	32
21	4	4	3	4	4	3	4	4	30
22	4	4	3	4	4	3	4	4	30
23	5	4	4	5	4	5	4	4	35
24	4	4	3	4	5	4	3	3	30
25	5	5	1	1	5	5	5	5	32
26	5	5	4	5	4	5	5	4	37
27	4	5	5	4	4	4	5	5	36
28	5	5	4	5	5	5	4	5	38
29	4	4	4	4	3	4	4	4	31
30	4	4	5	4	5	4	5	4	35
31	4	4	5	4	4	5	4	4	34
32	5	5	5	5	4	5	4	5	38
33	4	3	4	4	3	4	4	4	30
34	4	4	4	3	4	4	4	3	30
35	5	4	3	5	4	3	5	4	33
36	5	5	4	4	5	5	4	4	36
37	5	4	5	4	4	5	5	4	36
38	4	4	4	4	3	4	4	5	32
39	3	3	5	3	3	5	3	3	28
40	5	5	4	5	5	5	4	5	38
41	4	5	4	4	5	4	4	5	35
42	4	4	3	4	4	4	3	4	30
43	4	3	4	5	4	3	4	3	30
44	4	4	4	5	4	4	5	4	34
45	5	4	4	5	2	2	4	4	30
46	5	5	5	4	5	5	4	5	38
47	5	4	4	5	4	5	4	4	35
48	5	4	5	4	5	5	5	5	38
49	5	5	3	5	5	3	5	5	36
50	4	4	4	5	5	5	4	4	35

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

51	5	5	4	5	5	5	4	5	38
52	3	4	4	3	4	4	3	4	29
53	4	5	3	4	3	4	3	4	30
54	4	5	5	4	5	4	5	5	37
55	5	4	4	5	4	5	4	4	35
56	5	4	5	4	5	4	5	4	36
57	4	4	3	4	4	3	4	4	30
58	4	4	3	4	4	3	4	4	30
59	5	4	4	5	4	5	4	4	35
60	4	3	5	4	3	5	4	3	31
61	5	4	4	5	4	4	5	4	35
62	3	3	4	4	5	4	4	3	30
63	5	4	4	5	4	5	4	4	35
64	5	5	4	5	5	5	4	5	38
65	4	3	4	3	3	4	1	1	23
66	4	4	5	3	5	4	5	3	33
67	5	5	4	5	5	5	4	5	38
68	5	5	5	5	4	5	5	5	39
69	5	4	5	4	4	5	5	4	36
70	3	5	3	3	5	3	3	5	30
71	4	4	4	5	5	5	4	4	35
72	4	4	5	3	5	3	4	4	32
73	5	4	5	4	4	5	5	5	37
74	4	4	4	3	4	4	4	3	30
75	4	5	4	5	5	4	4	5	36
76	5	5	4	5	5	5	4	5	38
77	5	5	4	5	3	5	5	5	37
78	4	4	5	5	4	4	5	4	35
79	5	5	4	5	3	5	4	4	35
80	4	4	4	5	4	4	5	4	34
81	4	4	5	3	5	3	4	4	32
82	5	3	5	5	3	5	5	3	34
83	4	3	4	4	4	3	4	4	30
84	5	5	5	5	4	5	5	5	39
85	2	5	2	5	5	5	4	5	33
86	4	5	4	4	3	4	5	3	32
87	4	5	4	4	5	3	4	3	32
88	4	5	3	4	5	3	4	5	33
89	4	5	3	4	3	4	3	5	31
90	4	5	5	4	5	4	5	5	37
91	4	4	4	3	3	4	3	4	29
92	4	4	5	4	4	5	4	4	34
93	5	4	3	5	4	3	5	4	33
94	4	5	4	3	5	3	4	3	31
95	5	4	4	5	4	5	4	4	35
96	5	5	4	5	5	5	4	5	38
97	5	5	5	4	5	5	5	5	39
98	4	5	4	5	4	5	4	5	36
99	3	5	4	3	5	4	3	5	32
100	5	5	4	5	5	5	4	5	38

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

VARIABEL DOOM SPENDING (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL X2
1	4	5	4	5	4	4	5	4	35
2	3	4	4	3	4	4	4	5	31
3	5	5	4	4	5	4	5	5	37
4	5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	2	2	4	5	3	4	5	3	28
6	5	5	5	4	5	5	5	5	39
7	5	5	4	5	5	5	4	5	38
8	3	5	4	3	5	4	3	5	32
9	5	4	5	5	4	5	5	4	37
10	4	3	5	4	3	5	4	3	31
11	5	4	4	5	4	4	5	4	35
12	3	4	5	3	4	5	3	4	31
13	4	3	4	3	4	3	4	4	29
14	5	4	4	3	4	5	3	4	32
15	4	3	3	4	5	4	3	4	30
16	4	5	5	4	5	4	5	5	37
17	5	5	4	5	5	5	4	5	38
18	5	4	5	5	4	5	5	4	37
19	4	5	3	4	5	3	4	5	33
20	5	4	3	5	4	3	5	4	33
21	4	5	4	5	5	4	4	4	35
22	4	4	3	4	4	3	4	4	30
23	4	5	4	5	4	4	5	4	35
24	4	4	3	4	4	3	4	4	30
25	5	5	1	1	4	5	5	5	31
26	5	4	5	4	5	4	5	5	37
27	4	3	4	3	4	4	3	4	29
28	5	4	5	5	5	5	4	5	38
29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	5	4	5	4	5	4	5	4	36
31	3	5	4	3	5	4	3	5	32
32	5	5	5	4	5	5	5	5	39
33	4	4	3	4	4	3	4	4	30
34	4	4	4	3	4	4	4	3	30
35	4	3	5	4	3	5	4	3	31
36	5	4	5	5	5	5	4	4	37
37	4	4	5	4	5	5	4	4	35
38	4	4	3	4	3	5	4	5	32
39	5	4	3	5	4	3	5	4	33
40	5	4	5	4	5	4	5	4	36
41	3	5	4	3	5	4	3	5	32
42	4	3	4	4	4	3	4	4	30
43	4	5	4	3	4	4	3	4	31
44	4	5	4	4	4	5	4	4	34
45	5	4	5	5	2	2	4	5	32
46	5	5	4	5	5	4	5	5	38
47	3	4	4	4	3	4	4	4	30
48	5	4	5	4	5	4	5	4	36
49	4	3	5	4	3	5	4	3	31
50	5	5	4	5	5	5	4	5	38

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

51	4	4	5	4	5	5	5	3	35
52	5	4	3	5	4	3	5	4	33
53	3	4	3	5	4	3	4	5	31
54	5	4	5	5	4	5	5	4	37
55	3	5	3	5	4	5	3	5	33
56	5	5	4	4	5	4	5	5	37
57	4	3	4	4	3	4	4	4	30
58	4	4	3	4	4	3	4	4	30
59	4	5	4	5	4	4	5	4	35
60	3	5	4	3	5	4	3	5	32
61	4	3	5	4	3	5	4	3	31
62	4	4	5	4	5	5	5	3	35
63	4	3	4	3	4	4	3	4	29
64	5	4	5	5	5	5	4	5	38
65	3	3	4	3	3	4	2	2	24
66	5	4	5	3	5	4	5	3	34
67	4	4	5	4	5	5	5	3	35
68	5	5	5	4	5	5	5	5	39
69	4	4	3	4	4	3	4	4	30
70	5	4	3	5	4	3	5	4	33
71	3	5	4	3	5	4	3	5	32
72	5	4	4	5	3	5	4	4	34
73	4	4	5	4	5	5	4	4	35
74	4	4	4	3	4	4	4	3	30
75	5	5	4	4	5	4	5	5	37
76	5	4	5	4	5	4	5	4	36
77	5	4	5	5	5	5	5	4	38
78	5	4	4	5	3	5	4	4	34
79	4	5	3	4	5	4	4	5	34
80	4	5	4	4	4	5	4	4	34
81	4	5	4	5	4	4	5	4	35
82	4	3	5	4	3	5	4	3	31
83	3	4	4	4	3	4	4	4	30
84	5	5	4	4	5	4	5	5	37
85	1	4	1	5	5	5	4	5	30
86	5	4	4	5	5	4	4	5	36
87	5	5	4	5	5	4	5	5	38
88	5	4	3	5	4	3	5	4	33
89	4	4	3	4	4	5	3	4	31
90	5	4	5	5	4	5	5	4	37
91	3	4	4	3	5	4	3	4	30
92	4	3	5	4	3	5	4	3	31
93	5	4	3	5	4	3	5	4	33
94	4	4	5	3	4	5	4	4	33
95	4	5	4	5	4	4	5	4	35
96	5	5	4	5	5	5	5	5	39
97	5	5	5	5	4	5	5	5	39
98	5	5	4	5	4	5	4	3	35
99	3	5	4	3	5	4	3	5	32
100	5	4	5	5	5	5	4	5	38

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL Y
1	4	4	4	3	4	5	4	3	31
2	4	3	4	4	3	4	5	5	32
3	5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	3	4	5	5	5	4	5	5	36
5	2	2	5	5	4	5	5	5	33
6	3	4	4	5	5	4	5	4	34
7	4	4	4	4	4	4	4	5	33
8	3	5	4	3	5	4	3	5	32
9	4	4	5	4	4	4	5	5	35
10	4	3	5	4	3	5	4	3	31
11	5	4	4	5	4	4	5	4	35
12	5	3	4	5	3	4	5	3	32
13	3	4	3	4	4	4	5	5	32
14	3	4	4	3	4	4	3	3	28
15	3	4	5	4	5	5	4	5	35
16	3	4	5	5	4	5	5	5	36
17	3	3	5	4	5	5	5	5	35
18	4	4	5	5	4	5	5	5	37
19	3	4	5	3	4	5	3	4	31
20	4	3	4	5	3	4	5	3	31
21	3	3	5	4	5	5	5	5	35
22	4	4	3	4	4	3	4	3	29
23	4	5	5	4	4	4	4	4	34
24	3	4	4	5	5	4	5	4	34
25	4	4	2	2	5	4	5	5	31
26	4	4	5	4	4	4	5	5	35
27	5	4	4	5	5	4	5	5	37
28	3	4	5	5	5	4	5	5	36
29	4	4	4	3	4	4	4	4	31
30	3	5	4	3	4	3	4	3	29
31	5	4	3	4	5	3	4	5	33
32	4	4	5	5	5	4	5	5	37
33	4	3	4	4	5	4	4	5	33
34	4	4	4	3	4	4	4	3	30
35	3	5	4	3	4	5	3	4	31
36	5	5	4	4	4	4	4	4	34
37	5	4	4	5	5	4	5	5	37
38	3	4	5	5	5	4	4	4	34
39	4	3	4	5	3	4	5	3	31
40	4	3	5	5	4	5	4	5	35
41	5	4	3	4	5	3	4	5	33
42	3	5	4	3	4	3	4	3	29
43	4	3	4	5	4	4	5	5	34
44	5	3	4	4	4	4	4	4	32
45	5	4	4	3	1	1	4	4	26
46	4	4	5	5	5	3	5	5	36
47	5	4	4	5	5	4	5	5	37
48	5	4	4	4	5	4	5	5	36
49	3	5	4	3	4	5	3	4	31
50	5	4	5	5	4	5	5	4	37

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

51	4	4	4	4	4	4	4	5	33
52	4	3	4	5	3	4	5	3	31
53	3	4	5	5	4	5	5	4	35
54	4	5	4	4	5	4	5	5	36
55	3	4	4	5	5	4	5	5	35
56	4	5	5	5	5	4	5	5	38
57	4	4	4	3	4	4	4	4	31
58	4	4	3	4	4	3	4	3	29
59	4	5	4	4	3	4	4	4	32
60	5	4	3	4	5	3	4	5	33
61	3	5	4	3	4	5	3	4	31
62	4	3	4	4	4	3	4	4	30
63	4	4	4	3	4	4	3	3	29
64	4	4	5	5	5	4	5	5	37
65	3	3	4	3	4	4	2	2	25
66	3	4	5	4	5	5	5	5	36
67	3	4	5	5	4	5	5	5	36
68	4	4	5	5	5	5	5	5	38
69	4	4	4	5	5	5	4	5	36
70	4	3	4	5	3	4	5	3	31
71	5	4	3	4	5	3	4	5	33
72	3	3	5	4	5	5	5	5	35
73	4	4	5	4	4	4	5	5	35
74	4	4	4	3	4	4	4	3	30
75	4	5	4	5	5	4	5	5	37
76	4	4	5	4	4	4	5	5	35
77	5	4	5	4	5	4	5	5	37
78	3	3	5	4	5	5	5	5	35
79	3	4	5	5	4	5	5	4	35
80	4	4	4	3	4	4	4	4	31
81	4	4	4	4	4	5	5	4	34
82	3	5	4	3	4	5	3	4	31
83	4	4	5	4	5	4	4	4	34
84	5	5	4	4	4	4	4	4	34
85	2	4	2	5	4	4	5	5	31
86	4	5	4	5	4	5	4	4	35
87	4	4	4	5	4	4	5	5	35
88	4	3	4	5	3	4	5	3	31
89	4	3	4	5	5	4	5	5	35
90	4	4	3	4	4	4	4	3	30
91	3	3	5	4	4	4	5	5	33
92	3	5	4	3	4	5	3	4	31
93	4	3	4	5	3	4	5	3	31
94	3	3	5	4	4	5	5	5	34
95	5	4	5	5	4	5	5	4	37
96	4	4	5	4	4	4	5	5	35
97	3	4	4	4	5	4	4	4	32
98	4	4	5	5	5	4	5	5	37
99	5	4	3	4	5	3	4	5	33
100	4	4	4	3	4	5	4	3	31

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji validitas dan Reliabilitas Variabel Intensitas Live Streaming TikTok Shopping (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.594**	.588**	.866**	.600**	.715**	.727**	.735**	.919**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.594**	1	.446*	.669**	.513**	.384*	.521**	.609**	.744**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.014	<.001	.004	.036	.003	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.588**	.446*	1	.560**	.229	.464**	.636**	.764**	.746**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.014		.001	.223	.010	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.866**	.669**	.560**	1	.412*	.568**	.744**	.711**	.869**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001		.024	.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.600**	.513**	.229	.412*	1	.441*	.426*	.347	.626**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.223	.024		.015	.019	.060	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.715**	.384*	.464**	.568**	.441*	1	.522**	.556**	.737**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.036	.010	.001	.015		.003	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.727**	.521**	.636**	.744**	.426*	.522**	1	.689**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	<.001	<.001	.019	.003		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.735**	.609**	.764**	.711**	.347	.556**	.689**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.060	.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.919**	.744**	.746**	.869**	.626**	.737**	.827**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	8

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

2. Hasil Uji validitas dan Reliabilitas Variabel *Doom Spending* (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.666**	.693**	.732**	.666**	.928**	.754**	.744**	.898**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.666**	1	.647**	.684**	.841**	.666**	.730**	.813**	.885**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.693**	.647**	1	.581**	.720**	.732**	.696**	.542**	.813**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.732**	.684**	.581**	1	.611**	.693**	.735**	.654**	.824**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.666**	.841**	.720**	.611**	1	.666**	.627**	.748**	.860**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.928**	.666**	.732**	.693**	.666**	1	.681**	.640**	.872**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.754**	.730**	.696**	.735**	.627**	.681**	1	.721**	.863**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.744**	.813**	.542**	.654**	.748**	.640**	.721**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.898**	.885**	.813**	.824**	.860**	.872**	.863**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	8

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Hasil Uji validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.564**	.271	.114	.196	.057	.174	.011	.546**
	Sig. (2-tailed)		.001	.147	.549	.299	.767	.359	.955	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.564**	1	.149	.075	.228	.075	.216	.309	.540**
	Sig. (2-tailed)	.001		.433	.693	.225	.694	.252	.097	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.271	.149	1	.402*	.605**	.625**	.736**	.520**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.147	.433		.028	<.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.114	.075	.402*	1	.475**	.304	.513**	.258	.562**
	Sig. (2-tailed)	.549	.693	.028		.008	.103	.004	.168	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.196	.228	.605**	.475**	1	.462*	.614**	.629**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.299	.225	<.001	.008		.010	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.057	.075	.625**	.304	.462*	1	.543**	.284	.605**
	Sig. (2-tailed)	.767	.694	<.001	.103	.010		.002	.128	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.174	.216	.736**	.513**	.614**	.543**	1	.686**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.359	.252	<.001	.004	<.001	.002		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.011	.309	.520**	.258	.629**	.284	.686**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.955	.097	.003	.168	<.001	.128	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.546**	.540**	.789**	.562**	.764**	.605**	.815**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

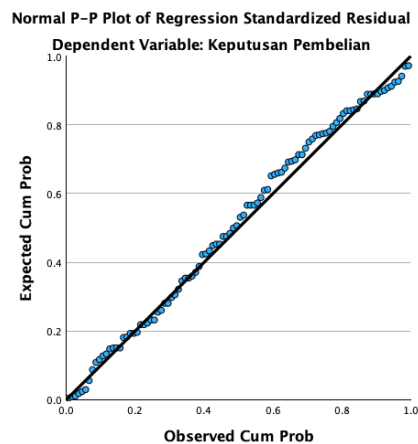
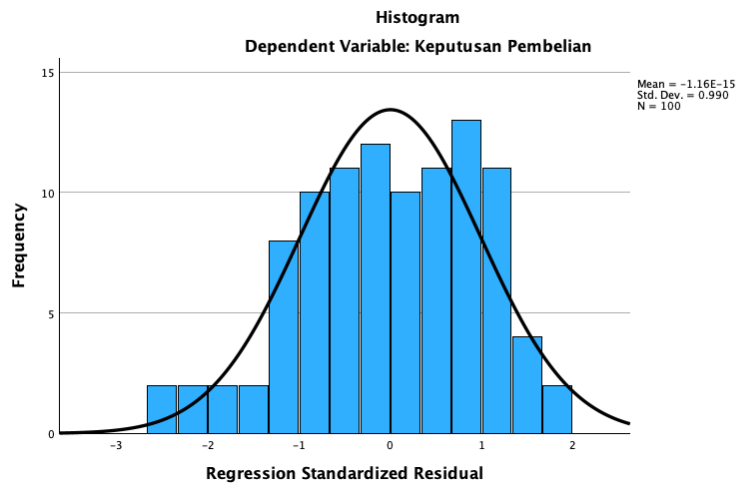
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	8

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardize d Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.18820460
Most Extreme Differences	Absolute		.063
	Positive		.041
	Negative		-.063
Test Statistic			.063
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.417
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.405
		Upper Bound	.430

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

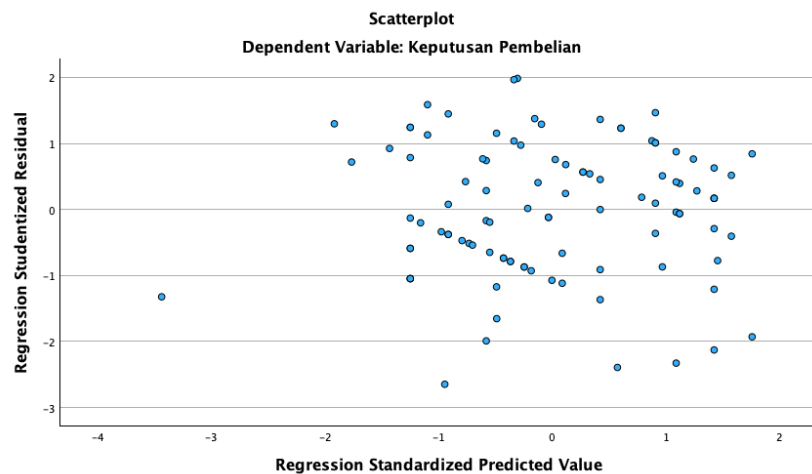
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.985	2.522		5.943	<.001		
	Intensitas Live Streaming TikTok Shopping	.297	.097	.356	3.071	.003	.494	2.023
	Doom Spending	.247	.099	.288	2.486	.015	.494	2.023

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heteroskedastisitas



• Uji Glejser Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.423	1.427		2.399	.018		
	Intensitas Live Streaming TikTok Shopping	.027	.055	.071	.495	.622	.494	2.023
	Doom Spending	-.076	.056	-.193	-1.349	.180	.494	2.023

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.985	2.522		5.943	<.001		
	Intensitas Live Streaming TikTok Shopping	.297	.097	.356	3.071	.003	.494	2.023
	Doom Spending	.247	.099	.288	2.486	.015	.494	2.023

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.985	2.522		5.943	<.001		
	Intensitas Live Streaming TikTok Shopping	.297	.097	.356	3.071	.003	.494	2.023
	Doom Spending	.247	.099	.288	2.486	.015	.494	2.023

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.724	2	130.862	26.778	<.001 ^b
	Residual	474.036	97	4.887		
	Total	735.760	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Doom Spending, Intensitas Live Streaming TikTok Shopping

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.596 ^a	.356	.342	2.211	2.243

a. Predictors: (Constant), Doom Spending, Intensitas Live Streaming TikTok Shopping

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 R Tabel

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 T Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 9 F Tabel

$\alpha = 0,05$	$df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 ₈	199.500	215.70 ₇	224.583	230.162	233.98 ₆	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

Hak Cipta :

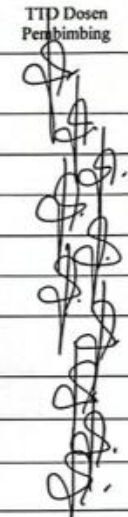
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Lembar Bimbingan

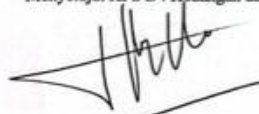
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Karimah Berlianti
2. NIM : 2204421022
3. Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Intensitas *Live Streaming* Tiktok *Shopping* dan *Doom Spending* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif Produk *Fashion* Pada Gen Z
5. Dosen Pembimbing : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.sy., M.Ak.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	10 Februari 2026	Membahas mekanisme bimbingan dan arahan terkait penulisan	
2.	24 Februari 2026	Mengajukan judul dan kerangka penyusunan	
3.	12 Maret 2026	Bab I dan revisi	
4.	31 Maret 2026	Bab I, bab II, bab III revisi	
5.	06 April 2026	Bab I ACC, bab II, bab III revisi	
6.	09 April 2026	ACC Bab I, bab II dan bab III	
7.	20 Mei 2025	Bimbingan penyusunan kuesioner penelitian dan revisi	
8.	15 Juni 2025	Bimbingan Bab IV dan Hasil Olah data	
9.	22 Juni 2025	Bimbingan Bab V dan revisi	
10.	25 Juni 2025	ACC Bab IV dan Bab V	

Depok, 25 Juni 2026
Menyetujui KPS D4 Keuangan dan Perbankan



(Heri Abrianto, S.E., M.M.)
NIP. 196510051997021001