

PENGARUH *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI KOTA PADANG

Haris Djofiandri Hidayat

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharma Andalas
Jl. Sawahan No. 103 A Simpang Haru kota Padang, Sumatera Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian produk dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi tiktok di Kota Padang. Jenis Penelitian adalah metode Penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk pada aplikasi TikTok di kota Padang yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, dengan jumlah sampel 130. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisa data yang dipergunakan adalah SEM-*Partial Least Square (PLS)*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka diperoleh hasil yang dirangkum sebagai berikut *live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* pengguna aplikasi tiktok di Kota Padang. *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna Aplikasi tiktok di Kota Padang. *Trust* positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna Aplikasi tiktok di Kota Padang. *Live streaming* positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi tiktok di Kota Padang. Berdasarkan prosedur analisis mediasi dalam SEM-PLS Dengan Metode signifikansi path coefficient menunjukkan bahwa hubungan langsung signifikan, tetapi hubungan tidak langsung tidak signifikan sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa bentuk mediasinya adalah hubungan langsung non-mediasi (*direct-only non mediatioan*)

Kata Kunci : *Live Streaming, Trust, Keputusan Pembelian*

THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS WITH TRUST AS A MEDIATION VARIABLE FOR TIKTOK APPLICATION USERS IN PADANG CITY

Haris Djofiandri Hidayat

Faculty of Economics and Business, Dharma Andalas University
Jl. Sawahan No. 103 A Simpang Haru, Padang city, West Sumatra

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of live streaming on product purchasing decisions with trust as a mediating variable among TikTok application users in Padang City. This type of research is a quantitative research method. The population used in this research is all consumers who have purchased products on the TikTok application in the city of Padang, the exact number of which is unknown, with a sample size of 130. The sampling technique used the purposive sampling method. The data analysis used is SEM-Partial Least Square (PLS).

Based on the results of this research, the results obtained are summarized as follows. Live streaming has a positive and significant effect on the trust of users of the TikTok application in Padang City. Live streaming has a positive and significant effect on product purchasing decisions for TikTok application users in Padang City. Trust is positive and has no significant effect on product purchasing decisions for TikTok application users in Padang City. Live streaming is positive and has no significant effect on product purchasing decisions with trust as a mediating variable for TikTok application users in Padang City. Based on the mediation analysis procedure in SEM-PLS with the path coefficient significance method, it shows that the direct relationship is significant, but the indirect relationship is not significant, so it can be concluded that the form of mediation is a direct non-mediation relationship (direct-only non mediation).

Keywords: Live Streaming, Trust, Purchase Decision