

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA
PRODUK KOSMETIK DI *PLATFORM* TIKTOK
(Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

ADINDA PUTRI HANDAYANI

NIM. 21401129

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA
PRODUK KOSMETIK DI *PLATFORM* TIKTOK
(Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

**ADINDA PUTRI HANDAYANI
NIM. 21401129**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA
PRODUK KOSMETIK DI *PLATFORM* TIKTOK
(Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)**

Ditulis Oleh

ADINDA PUTRI HANDAYANI

NIM. 21401129

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

Dosen Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E
NIP. 19950513 202012 2 024

NOTA DINAS

Kediri, 20 Oktober 2025

Lampiran : 4 berkas
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Bersama dengan ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Adinda Putri Handayani
NIM : 21401129
Judul : ***Pengaruh Live Streaming, dan Online Customer Review Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Produk Kosmetik di Platform TikTok (Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)***

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata 1 (S1)

Dengan demikian, agar maklum dan atas ketersediaan bapak atau ibu kami ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing I



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

Dosen Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E
NIP. 19950513 202012 2 024

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 20 Oktober 2025

Lampiran : 4 berkas
Perihal : Penyerahan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Bersama dengan ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Adinda Putri Handayani
NIM : 214011219
Judul : **Pengaruh *Live Streaming*, dan *Online Customer Review*
Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Produk Kosmetik
di Platform TikTok (Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN
Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata 1 (S1).

Dengan demikian, agar maklum dan atas ketersediaan bapak atau ibu kami ucapkan terima kasih

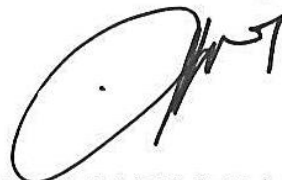
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

Dosen Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E
NIP. 19950513 202012 2 024

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA
PRODUK KOSMETIK DI *PLATFORM* TIKTOK
(Studi pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024)**

**ADINDA PUTRI HANDAYANI
NIM. 21401121**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 25 November 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

**Mahfudhotin, M.Si
NIP. 19901003 201903 2 010**



2. Penguji I

**Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007**



3. Penguji II

**Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E
NIP. 19950513 202012 2 024**



Kediri, 28 November 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



**H. Imam Annas Mushlih, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002**

MOTTO

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa : Fa inna ma’al usri yusro, inna ma’al usri yusro”

(QS. Al-Insyirah 94 : 5-6)

“Pada akhirnya, semua hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat tiada henti kepada saya, atas berkat Rahmat dan Kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan dan dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Budi Handoyo dan Ibu Eka Sulistyowati yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan do'a yang tiada henti untuk menyelesaikan studi Sarjana di UIN Syekh Wasil Kediri.
2. Keluarga besar penulis, khususnya Nenek Mujiyem dan Alm. Kakek Sutrisno yang sudah seperti orang tua bagi penulis. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, do'a, dan nasehat yang senantiasa diberikan kepada penulis.
3. Dosen pembimbing, Bapak Adin Fadhillah, M.E.Sy. dan Ibu Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E yang selalu sabar membimbing dan memberikan masukan yang bermanfaat kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabat penulis, Annisa Fitriana, Boga Putri, Monica Ginggi, Donna Elysia, Eva Nursadiyah, Ardina Putri, dan Pulung Awang. Terima kasih atas waktu, dukungan, motivasi, semangat, dan do'a yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Terakhir, kepada diri saya sendiri, terima kasih Adinda Putri Handayani karena sudah berjuang dan berusaha keras sejauh ini, terima kasih karena tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah maupun proses penyusunan skripsi ini, dan terima kasih telah berhasil menyelesaikannya semaksimal mungkin.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

Jalan Sunan Ampel Nomor 07 Ngronggo Kota Kediri Kode Pos 64127
Telepon (0354) 689282 Faksimile (0354) 686564 Website: www.uinkediri.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adinda Putri Handayani
NIM : 21401129
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : ap973887@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : ☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi
☐ Lain-lain (.....)
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PRODUK KOSMETIK DI
PLATFORM TIKTOK (Studi Pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil
Tahun 2024)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut di atas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 16 Desember 2025

Penulis

(Adinda Putri Handayani)

ABSTRAK

ADINDA PUTRI HANDAYANI, Dosen Pembimbing Adin Fadilah, M.E.Sy. dan Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.: Pengaruh *Live Streaming* dan *Online Customer Review* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Produk Kosmetik Di Platform TikTok (Studi Pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024) Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, 2025.

Kata Kunci: *Live Streaming, Online Customer Review, Impulsive Buying*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming* dan *Online Customer Review* terhadap perilaku *Impulsive Buying* produk kosmetik di platform TikTok pada mahasiswa aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri tahun 2024. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri yang pernah melakukan pembelian impulsif produk kosmetik di TikTok, dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang diperoleh menggunakan teknik *purposive random sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Live Streaming* berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*, (2) *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*, dan (3) *Live Streaming* dan *Online Customer Review* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying* dengan nilai *R Square* sebesar 0,495. Artinya, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 49,5% variasi perilaku pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis dan pemasar dalam memanfaatkan fitur *Live Streaming* serta strategi ulasan pelanggan sebagai sarana promosi yang efektif di platform digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumen di era digital, khususnya dalam konteks pembelian impulsif produk kosmetik melalui media sosial TikTok.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir.

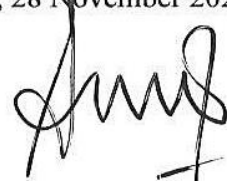
Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, motivasi, dan do'a dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ungkapan rasa terimakasih yang sedalam- dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
4. Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy dan Ibu Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen, beserta *staff* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
6. Ayah, Ibu, Nenek dan Kakek Penulis yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis.

7. Sahabat-sahabat dan rekan-rekan penulis yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Kediri, 28 November 2025



ADINDA PUTRI HANDAYANI
NIM. 21401129

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Batasan Penelitian.....	12
F. Penelitian Terdahulu.....	13
G. Definisi Istilah/Operasional	17
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Deskripsi Teori	21
1. <i>Impulsive Buying</i>	21
2. <i>Live streaming</i>	29
3. <i>Online Customer Review</i>	31
4. Hubungan Antar Variabel	34
B. Kerangka Berpikir	37
C. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Instrumen Penelitian	44
F. Variabel Penelitian.....	45
G. Teknik Analisis Data	46
1. <i>Editing</i> (Pemeriksaan Data).....	46
2. <i>Coding</i> (Kode).....	47
3. <i>Scoring</i> (Skor)	47
4. <i>Tabulating</i>	47
5. <i>Processing</i>	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
Gambaran Umum Objek Penelitian	56
1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syekh Wasil Kediri ...	56
2. <i>Platform</i> TikTok.....	61
B. Karakteristik Responden.....	64
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	65
C. Analisis Data.....	65
1. Hasil Uji Validitas	65
2. Hasil Uji Reliabilitas	68
3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	68
4. Hasil Uji Normalitas.....	71
5. Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
6. Hasil Uji Heterokedastisitas	74
7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
8. Uji t.....	78

9. Uji f.....	79
10. Koefisien Determinasi	80
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i> pada Produk Kosmetik di <i>Platform</i> TikTok.....	82
B. Pengaruh Online Customer Review terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i> pada Produk Kosmetik di <i>Platform</i> TikTok	84
C. Pengaruh <i>Live Streaming</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i> pada Produk Kosmetik di <i>Platform</i> TikTok	86
BAB VI PENUTUP	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Batasan Penelitian dan Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	4
Tabel 1.2 Produk yang Sering Dibeli Secara <i>Impulsive</i>	6
Tabel 1.3 Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Kediri	7
Tabel 1.4 Definisi Operasional Variabel X_1	18
Tabel 1.5 Definisi Operasional Variabel X_2	19
Tabel 1.6 Definisi Operasional Variabel Y	20
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Program Studi Responden	64
Tabel 4.3 Uji Validitas X_1 (<i>Live Streaming</i>)	65
Tabel 4.4 Uji Validitas X_2 (<i>Online Customer Review</i>)	66
Tabel 4.5 Uji Validitas Y (<i>Impulsive Buying</i>)	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.8 Uji Normalitas	70
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas	74
Tabel 4.11 Hasil Uji t	78
Tabel 4.12 Hasil Uji f	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Countries with the largest TikTok Audience</i>	1
Gambar 1.2 Usia Pengguna TikTok di Kota Kediri.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	60
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	71
Gambar 4.3 Grafik P-P Plot	72
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	103
Lampiran 3 Output SPSS	112
Lampiran 4 Surat Izin Riset/Penelitian	130
Lampiran 5 Daftar Konsultasi Skripsi.....	131
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	133