



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

PENGARUH ALGORITMA TIKTOK DAN LIVE STREAMING PENJUALAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP DI KECAMATAN TEMBILAHAN

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
(SI) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri*



Oleh :
TOMY RANDA
101221010079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2026**



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ABSTRAK

PENGARUH ALGORITMA TIKTOK DAN LIVE STREAMING PENJUALAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP DI KECAMATAN TEMBILAHAN

Tomy Randa

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam
Indragiri

Email: tomyranda144@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Algoritma TikTok dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Kecamatan Tembilahan. Perkembangan social commerce melalui TikTok telah mengubah perilaku konsumen dalam berbelanja secara online. Algoritma TikTok yang mampu menampilkan konten sesuai minat pengguna serta fitur live streaming yang memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen diduga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada 75 responden yang merupakan pengguna TikTok Shop di Kecamatan Tembilahan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Algoritma TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,374. Live Streaming juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,519. Secara simultan, Algoritma TikTok dan Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 111,20 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,12 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,755 menunjukkan bahwa 75,5% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Algoritma TikTok dan Live Streaming.

Kata Kunci: Algoritma TikTok, Live Streaming, TikTok Shop, Social Commerce.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE TIKTOK ALGORITHM AND LIVE STREAMING ON PURCHASE DECISIONS IN TIKTOK SHOP AMONG CONSUMERS IN TEMBILAHAN DISTRICT.

Tomy Randa

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Islamic University of Indragiri

Email: tomyranda144@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the TikTok Algorithm and Live Streaming on Purchase Decisions in TikTok Shop among consumers in Tembilahan District. The rapid growth of social commerce through TikTok has significantly transformed consumer shopping behavior. TikTok's algorithm, which delivers personalized content based on users' interests and preferences, along with the live streaming feature that enables real-time interaction between sellers and consumers, is believed to influence purchasing decisions. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms to 75 respondents who had experience purchasing products through TikTok Shop in Tembilahan District. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis was conducted using SPSS software, including validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that the TikTok Algorithm has a positive and significant effect on Purchase Decisions, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.374. Live Streaming also has a positive and significant effect on Purchase Decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.519. Simultaneously, the TikTok Algorithm and Live Streaming have a positive and significant effect on Purchase Decisions, as evidenced by an F-value of 111.20, which is greater than the F-table value of 3.12, and a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.755 indicates that 75.5% of the variation in Purchase Decisions can be explained by the TikTok Algorithm and Live Streaming, while the remaining 24.5% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: TikTok Algorithm, Live Streaming, TikTok Shop, Social Commerce.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Diberikan kepada:

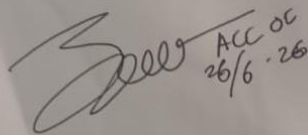
Nama Mahasiswa : Tomy Randa
NIM : 101221010079
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Algoritma TikTok dan Live Streaming Penjualan
pada Keputusan Pembelian TikTok Shop
di Kecamatan Tembilahan

Disetujui untuk diajukan pada ujian *Oral Comprehensive* Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

Tembilahan, 25 Juni 2026

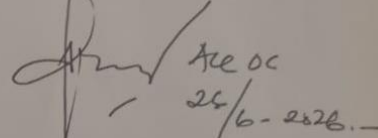
Menyetujui:

Pembimbing Utama


ACC OC
26/6-26

BAYU FAJAR SUSANTO, S.E., MM
NUPTK: 0346765666130243

Pembimbing Pendamping


ACC OC
26/6-2026.-

HELLY KHAIRUDDIN, SE, M.Si
NUPTK: 4251754655130143

Mengetahui:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri


SYARIFUDDIN, S.E., M.M
NUPTK: 0447760661230183



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama mahasiswa : Tomy Randa
Nim : 101221010079
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Algoritma TikTok Dan Live Streaming Penjualan Pada Keputusan Pembelian Di TikTok Shop Di Kecamatan Tembelihan

Telas LULUS Ujian Skripsi (Oral Comprehensive) yang diselenggarakan oleh program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan pada hari Sabtu Tanggal 08 Agustus 2026 dengan nilai sangat memuaskan (A)

TIM PENGUJI,

BAYU FAJAR SUSANTO, S.M., M.M
NUPTK. 0346765666130243

Ketua

HELLY KHARUDDIN, SE, M.Si
NUPTK. 4251754655170143

Sekretaris

RAJU MAULANA, S.E., M.M
NUPTK. 943776566130273

Anggota

ASNIATI BINDAS, S.IP., M.M
NUPTK. 7946762663230262

Anggota

MENGESAHKAN

Dekan



Dr. AHMAD RIFA'I, S.E., M.Si
NUPTK. 5939763664130272

Ketua Program Studi



SYAFRINADINA, S.E., M.M
NUPTK. 444760661230183



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

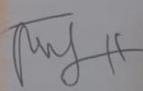
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Tomy Randa
NIM : 101221010079
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Algoritma TikTok dan Live Streaming
Penjualan pada Keputusan Pembelian di TikTok Shop
di Kecamatan Tembilahan

Dengan ini menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi saya ini murni karya ilmiah saya dan tidak plagiat atau bersifat plagiarisme dari karya ilmiah orang lain. Dan apabila ternyata di kemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar sarjanannya saya serta diberi sanksi hukum sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.

Tembilahan, 25 Juni 2026
Penulis,


TOMY RANDA
101221010079