

ABSTRAK

PENGARUH *LIVE STREAMING* TIK TOK TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI *HEDONIC VALUE* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) SEBAGAI MODERASI PADA PLATFORM TIKTOK
(Kasus Pada Konsumen Produk *Grooming* Pria Kahf)

Oleh:

Zezen Zaenuri
NIM 193402141

Pembimbing:

R. Lucky Radi Rinandiyana
Adhitya Rahmat Taufiq

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming* terhadap *impulsive buying* melalui *hedonic value* serta menguji peran *fear of missing out* (FOMO) sebagai variabel moderasi pada konsumen produk *grooming* pria Kahf di TikTok Shop. Fenomena *live streaming commerce* yang semakin berkembang menjadikan pengalaman berbelanja lebih interaktif dan menghibur, sehingga berpotensi memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 240 responden yang pernah membeli produk Kahf melalui TikTok Shop lebih dari satu kali. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *hedonic value*, serta *hedonic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, *hedonic value* terbukti mampu memediasi hubungan antara *live streaming* dan *impulsive buying*, yang menunjukkan bahwa pengalaman belanja yang menyenangkan menjadi faktor penting dalam mendorong *impulsive buying*. Namun, FOMO tidak terbukti mampu memoderasi pengaruh *live streaming* terhadap *hedonic value*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman *hedonic* konsumen lebih dipengaruhi oleh kualitas interaksi, hiburan, dan pengalaman pengguna selama *live streaming* dibandingkan oleh rasa takut kehilangan kesempatan atau tren tertentu. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas konten dan interaktivitas *live streaming* guna mendorong perilaku pembelian konsumen.

Kata Kunci: *live streaming*, *hedonic value*, *fear of missing out* (FOMO), *impulsive buying*, TikTok Shop, Kahf.