

ABSTRAK

Jihan Prita Septiani 2203102262. Pengaruh *Fashion Influencer*, *Online Customer Review*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Adidas di *TikTokShop* pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Fashion Influencer*, *Online Customer Review*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Adidas di *TikTokShop* pada Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Perkembangan social commerce mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara daring, sehingga ketiga variabel tersebut menjadi faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kabupaten Ngawi yang pernah membeli produk sepatu Adidas melalui *TikTokShop*. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 385 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4 melalui pengujian outer model dan inner model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fashion Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Fashion Influencer* merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis media sosial melalui *influencer* yang kredibel, ulasan pelanggan yang berkualitas, serta aktivitas *live streaming* yang interaktif mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Adidas di *TikTokShop*.

Kata Kunci: *Fashion Influencer*, *Online Customer Review*, *Live Streaming*, Keputusan Pembelian, *TikTokShop*

ABSTRAC

Jihan Prita Septiani 2203102262. *The Influence of Fashion Influencers, Online Customer Reviews, and Live Streaming on Purchasing Decisions for Adidas Footwear on TikTok Shop among Generation Z in Ngawi Regency. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun.*

This study aims to analyze the influence of fashion influencers, online customer reviews, and live streaming on purchasing decisions for Adidas shoes on TikTok Shop among Generation Z in Ngawi Regency. The growth of social commerce has driven changes in consumer online purchasing behavior, making these three variables factors hypothesized to influence purchasing decisions.

The study employs a quantitative approach using a survey method. The research population consists of Generation Z individuals in Ngawi Regency who have purchased Adidas shoes via TikTok Shop. Purposive sampling was used to select 385 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS 4, involving both outer model and inner model testing.

The results indicate that fashion influencers, online customer reviews, and live streaming all have a positive and significant influence on purchasing decisions. Fashion influencers emerged as the most dominant variable compared to the others. The findings suggest that social media-based marketing strategies—utilizing credible influencers, high-quality customer reviews, and interactive live streaming activities—can enhance consumer purchasing decisions for Adidas shoes on TikTok Shop.

Keywords: Fashion Influencer, Online Customer Review, Live Streaming, Purchasing Decision, TikTok Shop