PENGARUH CREATIVE CONTENT DAN LIVE STREAMING TERHADAP PENINGKATAN MINAT BELI GEN Z (ANALISIS TERHADAP PRODUK SKINCARE)

UNDERGRADUATE THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

By:

Jessica Wijaya

009202105037

FACULTY OF HUMANITIES

COMMUNICATION STUDY PROGRAM

CIKARANG

DECEMBER, 2023

Turnitin

THESIS_JESSICA_WIJAYA_5.pdf

ORIGINALITY REPORT

13%	13%	4%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	teknoia.com Internet Source	<1%
2	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1%
3	eprints.ukmc.ac.id Internet Source	<1%
4	ojs.uajy.ac.id Internet Source	<1%
5	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
6	www.kompas.com Internet Source	<1%
7	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	<1%
8	www.suaramerdeka.com Internet Source	<1%
9	123dok.com Internet Source	<1%

GPT Test


Classification
We are highly confident this text is entirely human
human
3% Probability AI generated
highly confident
Probability Breakdown
The probability this text has been entirely written by a human, AI or a mix of the two.
human
96%
mixed
1%
ai
3%

ABSTRAK

Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Generasi ini sangat memperhatikan penampilan dan kesehatan wajah namun menginginkan hasil instan. Selain itu, generasi ini sangat dekat dengan kemajuan teknologi; oleh karena itu, saat ini mengembangkan platform sosial media dan e-commerce untuk bersaing di pasar penjualan skincare dengan target pasar Gen Z. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan 174 Gen Z yang secara acak mengisi kuesioner yang telah disebarkan oleh peneliti. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan untuk menguji dan mengidentifikasi variabel independen, yang pada penelitian ini adalah Creative Content (X1) dan Live Streaming (X2), dan variabel dependen pada penelitian ini adalah Minat Beli Gen Z (Y). Data yang dikumpulkan dari studi menunjukkan bahwa kreatif konten dan live streaming, baik secara partial maupun simultan, berdampak positif pada variabel dependen, minat beli Gen Z.

Kata kunci: Skincare, Gen Z, Creative Content, Live Streaming

DAFTAR ISI

Cover……1

Panel of Examiner Approval……2

Statement of Originality……3

Scientific Publication Approval for Academic Interest……4

Advisor's Approval for Publication……5

Abstrak……6

Kata Pengantar……7

Daftar Isi……9

Pendahuluan……11

1. Latar Belakang……11

2. Rumusan Masalah……29

3. Tujuan Penelitian……29

4. Manfaat Penelitian……29

5. Hipotesis……30

6. Penelitian Terdahulu……31

BAB I: Tinjauan Pustaka……35

1.1 Tinjauan Pustaka……35

1.2 Dinamika Penelitian……55

BAB II: Metode Penelitian……57

2.1 Pendekatan Penelitian……57

2.2 Paradigma Penelitian……58

2.3 Kerangka Konsep……59

2.4 Definisi Operasional……59

2.5 Populasi dan Sampel……62

2.6 Teknik Sampling……63

2.7 Analisis Statistika……63

BAB III: Hasil dan Pembahasan…… 66

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas……66

3.2 Karakteristik Responden……70

3.3 Hasil Analisis Statistika……..74
3.4 Diskusi……..…….77

BAB IV : Kesimpulan & Rekomendasi……83
4.1 Kesimpulan……..……83
4.2 Rekomendasi……..…….84
Daftar Pustaka…….……...85
Lampiran……...……100