

ABSTRAK

Perkembangan pesat social commerce dan interaksi *real-time* melalui platform TikTok Shop telah mengubah pola konsumsi Generasi Z di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya menghadirkan pengalaman belanja yang lebih interaktif, tetapi juga mendorong perilaku pembelian impulsif yang semakin menonjol. Kepercayaan konsumen terhadap platform dan penjual menjadi faktor penting yang menjembatani interaksi sosial dengan keputusan pembelian spontan, sehingga trust berperan sebagai elemen kunci dalam memperkuat keterlibatan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social commerce dan interaksi real-time terhadap pembelian impulsif dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring pada pengguna TikTok Shop Generasi Z di Kota Semarang dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa social commerce dan interaksi real-time berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Selain itu, kepercayaan terbukti memediasi hubungan tersebut secara signifikan, memperkuat dorongan pembelian spontan yang muncul dari interaksi sosial dan fitur digital.

Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa trust merupakan faktor kunci dalam menjembatani pengaruh *social commerce* dan interaksi *real-time* terhadap perilaku impulsif konsumen muda. Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya perusahaan *e-commerce* merancang strategi pemasaran berbasis kepercayaan dan interaksi *real-time* untuk meningkatkan efektivitas kampanye digital, membangun loyalitas konsumen, serta menciptakan pengalaman belanja yang lebih bertanggung jawab.

Kata Kunci: Social Commerce, Interaksi Real-Time, Kepercayaan, Pembelian Impulsif, Generasi Z, TikTok Shop

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis berjudul “Analisis Pengaruh *Social Commerce* dan *Interaksi Realtime* melalui Kepercayaan Terhadap Pembelian *Impulsive* dengan Kepercayaan sebagai mediasi (Studi Pengguna Platform TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Semarang)”. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan utama umat manusia dalam menuntut ilmu serta mengarungi kehidupan.

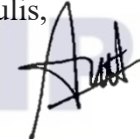
Penulis menyadari bahwasanya keberhasilan penyusunan tesis ini merupakan hasil arahan, dukungan, sekaligus doa dari banyak pihak. Dengan penuh rasa hormat, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro, yang telah memberikan kepemimpinan akademik, arahan, serta dukungan institusional yang kondusif bagi terselenggaranya proses pendidikan dan penelitian di lingkungan universitas.
2. Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Mirwan Surya Perdana, S.E., M.M., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Dr.E. Dra. Yoestini, M.Si., selaku dosen pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan tesis ini.
5. Seluruh Bapak, Ibu Dosen Segenap staf dan karyawan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, sekaligus pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Para responden atas kesediaannya menyediakan waktu dan informasi demi terlaksananya penelitian ini.

7. Keluarga tercinta, Bapak Mujaya, Ibu Salamah, Mba Nur Saadah, Mba Siti Rokhimah Mas Asep Wahyudi dan Halimah Putri Adzkia, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang senantiasa mengiringi setiap tahapan
8. Nijma Al Azmi S.Kg. yang senantiasa berkontribusi mendampingi penulis sejak masa studi S-1 hingga saat ini, serta memberikan doa, dukungan, dan semangat, juga menjadi rekan diskusi yang konstruktif dan banyak berkontribusi sehingga tesis dapat terselesaikan dengan baik.
9. Terima kasih kepada keluarga besar Omah Lanang dan teman-teman di rumah kontrakan Naufal, Zhafran, Ato, Nabil, Jarwo atas dukungan dan semangat selama kuliah hingga penyusunan tesis.
10. Matur nuwun geng Avengers Naufal, Zhafran, Lulu, Elin, dan penulis sendiri, yang selalu memberikan dukungan, serta kebersamaan selama menjalani perkuliahan dan proses penyusunan tesis ini. Kehadiran dan motivasi dari teman-teman menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus berproses hingga Penyusunan tesis ini dapat diselesaikan secara optimal.
11. Seluruh rekan-rekan BC1B serta mahasiswa Magister Manajemen angkatan 65 yang berperan dalam proses akademik penulis, berbagi pengalaman, dan saling mendukung selama kurang lebih tiga semester masa perkuliahan.
12. Penulis menyampaikan apresiasi kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan secara rinci, atas segala bantuan dan dukungan pada proses penyusunan tesis ini

Dengan menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, penulis menerima kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penelitian di masa depan. Penulis berharap tesis ini mampu memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan penelitian berikutnya.

Semarang, 6 Mei 2026
Penulis,



Muarif Sanjaya. S.M
NIM. 12010124410012