

**KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM LIVE SHOPPING TIKTOK
FASHION THRIFTING PADA AKUN @KOKOCICISUBUH2**

SKRIPSI



Oleh:

MU'MIN ARRIDHO

NPM. 22043010096

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

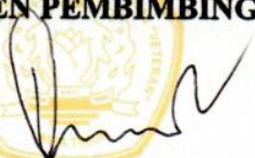
**KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM LIVE SHOPPING TIKTOK FASHION
THRIFTING PADA AKUN @KOKOCICISUBUH2**

Disusun oleh:

Mu'min Arridho
NPM. 22043010096

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM LIVE SHOPPING TIKTOK FASHION
THRIFTING PADA AKUN @KOKOCICISUBUH2**

Oleh:

Mu'min Arridho
NPM. 22043010096

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 23 Juni 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

TIM PENGUJI,

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

Ratih Pandu M., S.Ikom, M.A.
NIP. 199205292022032010

Zahrotul Munawwaroh, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199712162024062002

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mu'min Arridho
NPM : 22043010096
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2026
Yang Membuat pernyataan



Mu'min Arridho
NPM. 22043010096

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Diana Amalia, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis
4. Ibu Dyva Claretta, M.Si., selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Kepada kedua orang tua dan kakak, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan penuh cinta kepada penulis sehingga penulis mampu ada di titik sekarang.

7. Kepada teman teman seperjuangan, yang selalu menemani, memberikan doa, dukungan, semangat, hiburan, canda dan tawa kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAK

Perkembangan fitur live shopping pada TikTok telah mengubah pola transaksi digital dengan menggabungkan interaksi langsung dan aktivitas pembelian dalam satu ruang virtual. Dalam praktik fashion thrifting, kondisi produk yang beragam, keterbatasan pemeriksaan fisik, serta adanya risiko transaksi membuat kepercayaan konsumen menjadi faktor yang sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk dalam aktivitas live shopping TikTok pada akun fashion thrifting @kokocicisubuh2 serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma interpretatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan konsumen aktif, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan berdasarkan konsep e-trust yang meliputi structural assurance, information quality, reputation, dan trusting intention. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terbentuk melalui jaminan struktural berupa sistem transaksi yang disertai bukti pengiriman, kualitas informasi yang jelas dan transparan mengenai kondisi produk, reputasi akun yang dibangun melalui konsistensi aktivitas live dan pengalaman positif konsumen, serta niat percaya yang mendorong pembelian berulang. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak hanya bergantung pada keamanan sistem, tetapi juga pada kualitas komunikasi dan kredibilitas penjual dalam mengurangi ketidakpastian transaksi digital. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian e-trust dalam konteks live shopping fashion thrifting dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan memperluas objek, platform, maupun jumlah informan.

Kata Kunci: kepercayaan konsumen, e-trust, live shopping, TikTok, fashion thrifting.

ABSTRACT

The development of live shopping features on TikTok has transformed digital commerce by integrating real-time interaction and purchasing activities within a single virtual environment. In the fashion thrifting sector, product variability, the inability to physically inspect items, and transaction risks make consumer trust a crucial factor. This study aimed to analyze how consumer trust was formed in TikTok live shopping activities on the fashion thrifting account @kokocicisubuh2 and to identify the factors that influenced it. This research employed a qualitative approach using a case study method within an interpretive paradigm. Data were collected through observation, in-depth interviews with five active consumers, and documentation. Data were analyzed using the e-trust framework, which consisted of structural assurance, information quality, reputation, and trusting intention. The findings revealed that consumer trust was built through structural assurance in the form of a transaction system supported by proof of shipment, clear and transparent product information, account reputation developed through consistent live shopping activities and positive consumer experiences, and trusting intention that encouraged repeat purchases. These findings indicated that consumer trust depended not only on transaction security but also on the seller's communication quality and credibility in reducing uncertainty within digital transactions. This study contributed to the development of e-trust research in the context of fashion thrifting live shopping and provided insights for future studies involving different platforms, research objects, and broader participant groups.

Keywords: *Consumer Trust, E-Trust, Live Shopping, TikTok, Fashion Thrifting.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoretis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka	14
2.2.1 Live shopping di Media Sosial	14
2.2.2 Fashion thrifting	15
2.2.3 Interaksi dan Partisipasi Audiens dalam Media Sosial.....	17
2.2.4 An Integrative Model of Organizational Trust Theory.....	17
2.2.5 Kepercayaan Konsumen	19
2.2.6 Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Digital.....	20
2.2.7 E-Trust.....	21
2.2.8 Social Proof	24
2.2.9 Expectation Confirmation Theory	25

2.2.10 Cross Platform Presence	25
2.3 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Definisi Konseptual.....	31
3.2.1 Live shopping TikTok.....	31
3.2.2 Fashion thrifting	31
3.2.3 E-Trust.....	32
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3.1 Lokasi Penelitian	33
3.3.2 Waktu Penelitian.....	34
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	36
3.4.1 Objek Penelitian	36
3.4.2 Subjek Penelitian	36
3.5 Penentuan Informan	36
3.6 Pengumpulan Data	39
3.7 Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum	47
4.1.1 Akun TikTok @kokocicisubuh2.....	47
4.1.2 Kriteria Informan.....	49
4.2 Penyajian Dan Analisis Data	53
4.2.1 Ketertarikan Konsumen Terhadap Live Shopping Fashion Thrifting	53
4.2.2 Keamanan Sistem Sebagai Fondasi Jaminan Struktural Dalam Live Shopping Fashion Thrifting.....	58
4.2.3 Kejelasan Informasi Dan Reputasi Akun Dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen.....	73
4.2.4 Kepercayaan Konsumen Mendorong Niat Dan Keputusan Untuk Melakukan Pembelian Ulang	91
BAB V KESIMPULAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108

5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN.....		119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Masyarakat Indonesia Melakukan Thrifting.....	3
Gambar 1. 2 Profil Akun TikTok @kokocicisubuh2	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar4. 1 Publikasi Bukti Pengiriman	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian	36