

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Bagian 1: PENGANTAR/PERKENALAN

Halo! Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Perkenalkan, saya Anyza Velda Syafira, mahasiswi Program Studi Manajemen di Universitas Pembangunan Jaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian sebagai bagian dari tugas akhir (skripsi) saya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh interaktivitas, penyajian audiovisual, promosi, dukungan selebriti, dan fitur produk terhadap perilaku pembelian, dengan pengalaman flow sebagai variabel mediasi, khususnya pada sesi live streaming TikTok yang menampilkan produk Scarlett Whitening.

Saya sangat menghargai kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini. Jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian akademis.

Atas partisipasi dan waktu yang Anda luangkan, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Bagian 2: PERTANYAAN SCREENING & DATA RESPONDEN

1. Nama
2. Nomer Hp
3. Email
4. Jenis kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
5. Usia
 - 18-24 tahun
 - 25-29 tahun
 - 30-34 tahun
 - >35 tahun
6. Domisili
 - Jakarta
 - Bogor
 - Depok
 - Tangerang

- Bekasi
 - Luar Jabodetabek
7. Saya pernah menggunakan produk Scarlett Whitening
 - Ya
 - Tidak
 8. Saya pernah menyaksikan sesi live streaming di TikTok yang menampilkan penjualan produk Scarlett Whitening
 - Ya
 - Tidak
 9. Saya pernah membeli produk Scarlett Whitening melalui TikTok, khususnya melalui fitur live streaming
 - Ya
 - Tidak

Bagian 3: PERTANYAAN INTI

Skala Penilaian :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Silakan pilih jawaban sesuai dengan pengalaman Anda saat menonton live streaming tersebut.

Indikator	Item Pertanyaan	1	2	3	4
Interactivity					
INT 1	Penjual atau host di TikTok aktif berbicara dan berinteraksi dengan penonton saat live streaming produk Scarlett Whitening.				
INT 2	Saya bisa bertanya tentang produk Scarlett Whitening, dan penjual menjawab dengan jelas.				
INT 3	Interaksi saya dengan penjual Scarlett Whitening saat live streaming membuat saya merasa lebih dekat dan nyaman.				
INT 4	Saya suka ikut berkomentar atau bertanya selama live streaming Scarlett Whitening di TikTok.				
Audiovisual Presentation					

Indikator	Item Pertanyaan	1	2	3	4
AP 1	Live streaming produk Scarlett Whitening di TikTok memberikan tampilan gambar dan suara yang menarik.				
AP 2	Saya suka melihat efek visual dan mendengar musik saat menonton live streaming Scarlett Whitening.				
AP 3	Gambar dan suara dalam live streaming Scarlett Whitening membuat saya betah menonton.				
Promotion					
PRO 1	Saya tertarik mengikuti diskon atau promo Scarlett Whitening saat live streaming di TikTok.				
PRO 2	Saya pernah ikut belanja Scarlett Whitening saat live streaming karena ada promo menarik.				
PRO 3	Saya merasa lebih hemat kalau beli Scarlett Whitening saat ada promo di TikTok.				
PRO 4	Promo Scarlett Whitening saat live streaming bikin saya ingin langsung beli produk.				
Celebrity Support					
CEL 1	Influencer memberikan informasi yang bermanfaat tentang Scarlett Whitening saat live streaming.				
CEL 2	Influencer terlihat profesional saat menjelaskan Scarlett Whitening di TikTok.				
CEL 3	Influencer pernah mencoba sendiri produk Scarlett Whitening yang mereka promosikan.				
Product Features					
PF 1	Saya suka dengan tampilan desain dari produk Scarlett Whitening.				
PF 2	Saya mempertimbangkan manfaat dan kegunaan Scarlett Whitening sebelum membeli.				
PF 3	Saya peduli dengan kualitas Scarlett Whitening sebelum memutuskan membeli.				
Flow Experience					
FE 1	Saya merasa senang dan terhibur saat menonton live streaming Scarlett Whitening di TikTok.				
FE 2	Saya sering terlalu fokus menonton live streaming Scarlett Whitening sampai lupa dengan sekitar.				
FE 3	Waktu terasa cepat berlalu saat menonton live streaming Scarlett Whitening di TikTok.				
Purchase Behavior					

Indikator	Item Pertanyaan	1	2	3	4
PB 1	Saya pernah membeli Scarlett Whitening secara spontan tanpa pikir panjang setelah menonton live streaming.				
PB 2	Saya terdorong membeli Scarlett Whitening karena pengaruh penjual atau influencer, walaupun awalnya tidak berniat.				
PB 3	Ketika membeli Scarlett Whitening, saya membandingkannya dulu dengan produk sejenis lainnya.				

Lampiran 2. Tabulasi Data

N T 1	I N T 2	I N T 3	I N T 4	A P 1	A P 2	A P 3	P R O 1	P R O 2	P R O 3	P R O 4	C E L 1	C E L 2	C E L 3	P F 1	P F 2	P F 3	F E 1	F E 2	F E 3	P B 1	P B 2	P B 3
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	1	3	4	2	3	4	2	4	3	4	2	2	4	4	2	2	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	2	4	3	3	3	1	3	2	2	4	4	3	1	2	1	2	4	3	3
4	2	1	4	2	3	1	2	4	4	3	4	3	3	1	2	2	2	3	4	3	4	2
4	4	4	4	2	3	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	1	4	3	1	4	1	2
4	3	3	4	2	3	4	1	3	3	2	2	3	4	3	4	1	2	1	4	3	4	3
3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3
4	2	2	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3
4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4

[illegible]

Lampiran 3. Hasil Uji Smart PLS

Na me	N o.	Typ e	Missi ngs	Me an	Med ian	Sc ale mi n	Sc ale ma x	Obse rved min	Obse rved max	Stan dard devia tion	Exc ess kurt osis	Skew ness	Cra mér- von Mise s p valu e
IN T 1	1	M ET	0	3.5 50	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.617	3.10 0	-1.486	0.00 0
IN T 2	2	M ET	0	3.6 33	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.605	4.55 6	-1.903	0.00 0
IN T 3	3	M ET	0	3.5 17	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.671	2.02 6	-1.405	0.00 0
IN T 4	4	M ET	0	3.4 67	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.670	1.63 8	-1.224	0.00 0
AP 1	5	M ET	0	3.5 08	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.707	1.52 8	-1.391	0.00 0
AP 2	6	M ET	0	3.5 67	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.616	1.77 8	-1.344	0.00 0
AP 3	7	M ET	0	3.4 92	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.658	1.97 0	-1.301	0.00 0
PR O 1	8	M ET	0	3.4 42	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.739	1.39 2	-1.300	0.00 0
PR O 2	9	M ET	0	3.6 25	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.592	2.71 8	-1.594	0.00 0
PR O 3	10	M ET	0	3.5 42	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.670	2.28 0	-1.504	0.00 0
PR O 4	11	M ET	0	3.4 17	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.759	1.56 8	-1.333	0.00 0
CE L 1	12	M ET	0	3.4 92	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.671	1.81 4	-1.311	0.00 0
CE L 2	13	M ET	0	3.5 92	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.584	2.24 0	-1.379	0.00 0
CE L 3	14	M ET	0	3.6 33	4.00 0	2.0 00	4.0 00	2.000	4.000	0.576	0.80 8	-1.332	0.00 0
PF 1	15	M ET	0	3.5 25	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.670	3.16 5	-1.605	0.00 0
PF 2	16	M ET	0	3.5 42	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.590	1.63 3	-1.149	0.00 0

PF 3	1 7	M ET	0	3.5 83	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.748	3.95 5	-2.043	0.00 0
FE 1	1 8	M ET	0	3.5 08	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.683	0.83 6	-1.222	0.00 0
FE 2	1 9	M ET	0	3.3 42	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.917	0.80 5	-1.326	0.00 0
FE 3	2 0	M ET	0	3.3 33	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.840	0.86 1	-1.212	0.00 0
PB 1	2 1	M ET	0	3.4 67	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.706	1.22 4	-1.246	0.00 0
PB 2	2 2	M ET	0	3.5 33	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.670	2.19 0	-1.470	0.00 0
PB 3	2 3	M ET	0	3.4 58	4.00 0	1.0 00	4.0 00	1.000	4.000	0.670	1.58 8	-1.196	0.00 0

Lampiran Construct Reliability & Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Audiovisual Presentation (X2)	0.712	0.721	0.839	0.634
Celebrity Support (X4)	0.611	0.637	0.790	0.559
Flow Experience (Z)	0.782	0.783	0.873	0.697
Interactivity (X1)	0.726	0.734	0.829	0.548
Product Features (X5)	0.704	0.716	0.835	0.629
Promotion (X3)	0.777	0.777	0.856	0.599
Purchase Behavior (Y)	0.715	0.716	0.840	0.636

Lampiran Outer Loading

	Audiovisual Presentation (X2)	Celebrity Support (X4)	Flow Experience (Z)	Interactivity (X1)	Product Features (X5)	Promotion (X3)	Purchase Behavior (Y)
AP 2	0.779						
AP 3	0.775						
AP1	0.834						

CEL 1		0.831					
CEL 2		0.752					
CEL 3		0.648					
FE 1			0.827				
FE 2			0.859				
FE 3			0.818				
INT 1				0.710			
INT 2				0.733			
INT 3				0.734			
INT 4				0.783			
PB 1							0.795
PB 2							0.798
PB 3							0.799
PF 1					0.853		
PF 2					0.732		
PF 3					0.789		
PRO 1						0.781	
PRO 2						0.737	
PRO 3						0.793	
PRO 4						0.782	

Lampiran Cross Loading

	Audiovisual Presentation (X2)	Celebrity Support (X4)	Flow Experience (Z)	Interactivity (X1)	Product Features (X5)	Promotion (X3)	Purchase Behavior (Y)
AP 2	0.779	0.565	0.520	0.630	0.560	0.688	0.540

AP 3	0.775	0.668	0.514	0.676	0.642	0.621	0.546
AP1	0.834	0.686	0.617	0.565	0.737	0.710	0.496
CEL 1	0.635	0.831	0.546	0.587	0.598	0.704	0.527
CEL 2	0.572	0.752	0.528	0.646	0.611	0.617	0.469
CEL 3	0.630	0.648	0.328	0.550	0.547	0.546	0.462
FE 1	0.639	0.661	0.827	0.675	0.631	0.594	0.606
FE 2	0.518	0.418	0.859	0.566	0.487	0.576	0.554
FE 3	0.573	0.517	0.818	0.536	0.534	0.565	0.653
INT 1	0.507	0.622	0.434	0.710	0.462	0.578	0.474
INT 2	0.617	0.638	0.473	0.733	0.609	0.629	0.505
INT 3	0.682	0.569	0.573	0.734	0.645	0.565	0.496
INT 4	0.494	0.541	0.598	0.783	0.435	0.543	0.557
PB 1	0.479	0.481	0.597	0.598	0.471	0.499	0.795
PB 2	0.518	0.503	0.608	0.499	0.520	0.545	0.798
PB 3	0.587	0.569	0.526	0.550	0.633	0.545	0.799
PF 1	0.679	0.561	0.575	0.647	0.853	0.628	0.559
PF 2	0.607	0.627	0.452	0.631	0.732	0.608	0.548
PF 3	0.655	0.677	0.542	0.458	0.789	0.667	0.502
PRO 1	0.639	0.651	0.487	0.583	0.681	0.781	0.481
PRO 2	0.669	0.658	0.567	0.648	0.534	0.737	0.560
PRO 3	0.689	0.676	0.570	0.596	0.627	0.793	0.429
PRO 4	0.610	0.596	0.514	0.566	0.638	0.782	0.582

Lampiran R-Square

	R-square	R-square adjusted
--	----------	-------------------

Flow Experience (Z)	0.577	0.558
Purchase Behavior (Y)	0.528	0.524

Lampiran F-Square

	Audiovisua l Presentatio n (X2)	Celebrit y Support (X4)	Flow Experienc e (Z)	Interactivit y (X1)	Product Feature s (X5)	Promotio n (X3)	Purchas e Behavio r (Y)
Audiovisua l Presentatio n (X2)			0.015				
Celebrity Support (X4)			0.003				
Flow Experience (Z)							1.117
Interactivit y (X1)			0.100				
Product Features (X5)			0.015				
Promotion (X3)			0.020				
Purchase Behavior (Y)							

Lampiran Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Audiovisual Presentation (X2) -> Flow Experience (Z)	0.172	0.198	0.201	0.854	0.393
Celebrity Support (X4) -> Flow Experience (Z)	-0.079	-0.039	0.184	0.428	0.669
Flow Experience (Z) -> Purchase Behavior (Y)	0.726	0.729	0.071	10.222	0.000
Interactivity (X1) -> Flow Experience (Z)	0.372	0.371	0.171	2.177	0.030
Product Features (X5) -> Flow Experience (Z)	0.150	0.121	0.242	0.622	0.534
Promotion (X3) -> Flow Experience (Z)	0.206	0.177	0.198	1.041	0.298

Audiovisual Presentation (X2) -> Purchase Behavior (Y)	0.125	0.146	0.150	0.830	0.406
Celebrity Support (X4) -> Purchase Behavior (Y)	-0.057	-0.032	0.136	0.421	0.674
Interactivity (X1) -> Purchase Behavior (Y)	0.270	0.270	0.128	2.104	0.035
Product Features (X5) -> Purchase Behavior (Y)	0.109	0.090	0.179	0.610	0.542
Promotion (X3) -> Purchase Behavior (Y)	0.150	0.130	0.147	1.021	0.307

Lampiran 4. Formulir Pengajuan Skripsi/TA

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-01
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Anyza Velda Syafira
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021184
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Interactivity, Audiovisual Presentations,
 (disusun dalam kalimat Dukung Celebrity, dan Product Features terhadap
 singkat, padat, jelas dan Purchase Behavior melalui Fom Experiences
 menarik minat pembaca dalam Live Streaming Tiktok : Studi pada
 Produk Scarlett Whitening

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
3	IPK minimal 2,00	✓	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	✓	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	

Tangerang Selatan, 19 April 2025

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
		
Anyza Velda Syafira	Dr. Chajar Halari Fath Maja, S.E., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA

Formulir dibuat rangkap 2 (dua): Asli : untuk prodi, Copy 1 : untuk mahasiswa

Lampiran 5. Formulir Bimbingan Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : Anyza Veda Syafira
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021184
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Interactivity, Audiovisual Presentation, Promotions, Dukungan Celebrity, dan Product Features terhadap purchase behavior melalui Flow Experiences dalam Live Streaming TikTok

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen Pembimbing
1	20/02/25	Mengajukan judul		
2	04/03/25	Mencari jurnal utama dan BAB I		
3	13/03/25	Revisi BAB I dan membuat BAB II		
4	25/03/25	Membuat BAB III dan Finalisasi		
5	15/05/25	Persiapan Data dan penyusunan Model di SMART PLS		
6	27/05/25	Uji Outer Model		
7	17/06/25	Uji Inner Model		
8		Finalisasi dan cek konsistensi		

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Anyza Veda Syafira	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.

Copyright ©2025 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555

No	Tanggal	Pembimbing Proposal	Topik	Disetujui	Aksi
1	20 Februari 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Mengajukan judul	✓	
2	4 Maret 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Mencari jurnal utama Dan membuat BAB I	✓	
3	13 Maret 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Revise BAB I Dan membuat BAB II	✓	
4	25 Maret 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	FINALISASI	✓	

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	15 Mei 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Persiapan Data dan Penyusunan Mode di SmartPLS	✓	
2	27 Mei 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Uji Outer Model	✓	
3	17 Juni 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Uji Inner Model	✓	
4	23 Juni 2025	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Finalisasi dan Cek Konsistensi	✓	

Lampiran 6. Formulir Persetujuan Penulisan Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-I/03/SOP-28/F-02
		No. Rekaman

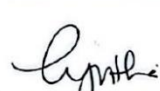
Nama Mahasiswa : Anyza Velda Syafira
 Prodi/NIM : Manajemen / 2021021184
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh Interactivity, Audiovisual presentations, Promotions, Dukungan Celebrity, dan Product features terhadap Purchase behavior melalui Flow experiences dalam Live Streaming TikTok: Studi pada Produk Scarlett Whitening

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.

Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.	0308118803	Asisten Ahli

Tangerang Selatan, 16 Mei 2025

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,
		
Dr. Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.

Lampiran 7. Formulir Revisi Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No Revisi

Nama Mahasiswa : Anyza Velda Syafira
Program Studi/NIM : Manajemen / 2021021184
Judul Skripsi : Pengaruh Interactivity, Audiovisual Presentation, Promotion, Dukungan Celebrity, dan Product Features terhadap Purchase Behavior dengan Flow Experience sebagai Mediasi pada Live Streaming TikTok: Studi pada Produk Scarlett Whitening
Jadwal Sidang : Kamis, 03 Juli 2025
Dosen Penguji 1 : Fendi Saputra, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

- detail y.d ?? <u>Penjualan</u> - Celah typo, format, part ke paste
--

Tangerang Selatan, 03 Juli 2025


Fendi Saputra, S.E., M.M.

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : Anyza Velda Syafira
Program Studi/NIM : Manajemen / 2021021184
Judul Skripsi : Pengaruh Interactivity, Audiovisual Presentation, Promotion, Dukungan Celebrity, dan Product Features terhadap Purchase Behavior dengan Flow Experience sebagai Mediasi pada Live Streaming TikTok: Studi pada Produk Scarlett Whitening
Jadwal Sidang : Kamis, 03 Juli 2025
Dosen Penguji 2 : Zulkifli, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Penulisan diperbaiki mulai dari angka, huruf, spasi, margin dan citasi, agar di pelajari Buku pedoman skripsi
- 2) Ketidaksesuaian jumlah sampel penelitian yang dianalisis di perbaiki
- 3) Tabel Penelitian beserta angka dari hasil olah data Pacla SmartPLS di perbaiki.
- 4) Interpretasi hasil uji hipotesis di perbaiki dan Pembahasan
- 5) Dijelaskan arah Pengaruh, artinya dalam uji Hipotesis.
- 6) Kesimpulan dan Saran di perbaiki yang relevan

Tangerang Selatan, 03 Juli 2025


ZULKIFLI, S.E., M.M.

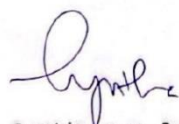
	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : Anyza Velda Syafira
 Program Studi/NIM : Manajemen / 2021021184
 Judul Skripsi : Pengaruh Interactivity, Audiovisual Presentation, Promotion, Dukungan Celebrity, dan Product Features terhadap Purchase Behavior dengan Flow Experience sebagai Mediasi pada Live Streaming TikTok: Studi pada Produk Scarlett Whitening
 Jadwal Sidang : Kamis, 03 JULI 2025
 Dosen Pembimbing : Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

→ Perbaiki data ? output yang dr smart qis

Tangerang Selatan, 03 JULI 2025



Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.