

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, POTONGAN HARGA, DAN  
*ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC  
MELALUI FITUR SHOPEE *LIVE*  
(Studi Kasus pada Pengguna aplikasi Shopee)**

**KECAMATAN BEKASI SELATAN**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat mata kuliah



**Oleh :**

Pipit Musrifah

202511010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI**

**BEKASI**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Pipit Musrifah  
NIM : 202511010  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Potongan Harga, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc Melalui Fitur Shopee Live (Studi Kasus Pada pengguna Aplikasi Shopee)

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Mengetahui,

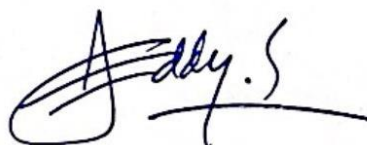
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Sofia Maulida, SE., MM.)

NIDN: 0309027801

Dosen Pembimbing



(Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si)

NIDN: 0325107402

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, POTONGAN HARGA, DAN  
*ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC  
MELALUI FITUR SHOPEE *LIVE*  
(Studi Kasus pada Pengguna aplikasi Shopee)  
KECAMATAN BEKASI SELATAN**

Oleh  
Pipit Musrifah  
202511010

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 16 Agustus 2024



Widayatmoko, Drs., SSos., Msi.

**Ketua Tim Penguji**



Darwin Hasiholan, Dr., SE., MSi.

**Anggota Tim Penguji 1**



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

**Anggota Tim Penguji 2**

# **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

## **PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Yang membuat Pernyataan



REPUBLIK INDONESIA  
10000  
METERAI  
PEMPEL  
BB30BALX3 19681899

**Pipit Musrifah**

**NIM: 202511010**



## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Pipit Musrifah**

NIM : **202511010**

Perguruan Tinggi : **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**

Program Studi : **Manajemen**

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusif Royalti Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH LIVE STREAMING, POTONGAN HARGA, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC MELALUI FITUR SHOPEE LIVE (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Shopee) Bekasi Selatan”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 16 Agustus 2024  
  
**Pipit Musrifah**

**NIM: 202511010**

# HALAMAN HASIL PLAGIARISME



## Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

**14%**



**Overall Similarity**

**Date:** Jul 20, 2024

**Matches:** 2176 / 15492 words

**Sources:** 100

**Remarks:** Moderate similarity detected, consider enhancing the document if necessary.

**Verify Report:**

Scan this QR Code



## HALAMAN PERSEMBAHAN

### **Moto:**

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu agar serupa dengan yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Chandra)

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah bahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Helen Keller)

### **Kupersembahkan Untuk:**

Keluarga ku yang selalu mendukung dan memberi semangat, Lukmanul Hakim yang selalu membantu, memberi nasihat, dan motivasi dalam penulisan skripsi.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming*, Potongan Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Somethinc melalui fitur *Shopee Live*, Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Shopee* di Kecamatan Bekasi Selatan dengan sampel 135 responden. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan aplikasi pengolah data *IBM SPSS Statistics 25* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan metode *Hair* dan Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Snowball* dengan kriteria responden yaitu; merupakan pengguna *Shopee* dengan rentang usia 15-35 tahun, pernah melakukan pembelian produk kecantikan Somethinc menggunakan fitur *Shopee Live* dan berdomisili di Kecamatan Bekasi Selatan. Hasil dari penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan dengan hasil analisis variabel *Live Streaming* (X1) tingkat signifikan pada t hitung sebesar  $0,002 < 0,05$ . Pada variabel Potongan Harga (X2) tingkat signifikan pada t hitung sebesar  $0,028 < 0,05$ . Dan pada variabel *Online Customer Review* (X3) tingkat signifikan pada t hitung sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan hasil variabel independen *Live Streaming* (X1), Potongan Harga (X2) dan *Online Customer Review* (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci :** *Live Streaming*, Potongan Harga, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of Live Streaming, Discounts and Online Customer Reviews on Somethinc beauty product purchase decisions through the Shopee Live feature, The population in this study is Shopee application users in South Bekasi District with a sample of 135 respondents. This study uses a quantitative research design with the IBM SPSS Statistics 25 data processing application by determining the number of samples using the Hair method and the sampling technique using the Snowball Technique with the respondent criteria, namely; is a Shopee user with an age range of 15-35 years, has purchased Somethinc beauty products using the Shopee Live feature and is domiciled in South Bekasi District. The results of the study had a positive and significant influence with the results of the analysis of the Live Streaming (X1) variable at a significant level at  $t$  calculated as  $0.002 < 0.05$ . In the Rebate variable (X2), the significant level on  $t$  is calculated as  $0.028 < 0.05$ . And in the Online Customer Review (X3) variable, the significant level on  $t$  is calculated as  $0.000 < 0.05$ . The results of the simultaneous test (test  $f$ ) showed that the results of the independent variables Live Streaming (X1), Discount (X2) and Online Customer Review (X3) had an effect on the dependent variable, namely Purchase Decision (Y) with a value of sig.  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords** : *Live Streaming, Discounts, Online Customer Review, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan atas segala nikmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini yaitu “Pengaruh *Live Straming*, Potongan Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc Melalui Fitur Shopee *Live* (Studi Kasus Pada pengguna Aplikasi Shopee) Kecamatan Bekasi Selatan.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tentu dikerjakan semaksimal mungkin oleh penulis namun tidak dapat dihindari bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu segala bentuk saran dan kritik dibutuhkan agar skripsi ini dapat dikatakan layak, penulis sangat membutuhkan dukungan yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhirnya skripsi ini dapat tersusun dan selesai, rasa terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang memberikan dukungan penuh dan semangat. Serta rasa hormat dan terimakasih kepada Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si dan Bapak Fitriyah Nurmulya, S.Hum., M.S.M atas bimbingan, arahan, kritik, saran, dan motivasi yang diberikan selama pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantara yang terhormat:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, Dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Horas Sebastian E.Tobing.
3. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Dr.Sofia Maulida, SE., MM.
5. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1, Yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan saran kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.

6. Bapak Fitriasyah Nurmulya, S.Hum., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing 2. Yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan saran kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Seluruh staff dan bagian akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi selama belajar di STIE Tri Bhakti.
8. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Mahasiswa/I angkatan 2020 atas kerjasama dan dukungan yang diberikan
10. Lukmanul hakim, yang sudah meluangkan waktu untuk membantu serta memberikan saran kepada penulis.
11. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 16 Agustus 2024



**Pipit Musrifah**

**NIM: 202511010**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
HALAMAN HASIL PLAGIARISME.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Batasan Penelitian .....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Pemasaran Digital .....	14
2.1.3 <i>E-Commerce</i> .....	15
2.1.4 Keputusan pembelian.....	16

2.1.5	<i>Live Streaming</i> .....	18
2.1.6	Potongan Harga.....	21
2.1.7	<i>Online Customer Review</i> .....	24
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.	Kerangka Penelitian.....	35
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1.	Desain Penelitian .....	37
3.1.1	Tujuan Penelitian .....	37
3.1.2	Metodologi Penelitian .....	37
3.1.3	Strategi Penelitian .....	37
3.1.4	Unit Analisis.....	38
3.1.5	Keterlibatan Penelitian .....	38
3.1.6	Latar Penelitian .....	38
3.1.7	Waktu Pelaksanaan .....	38
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	39
3.2.1	Keputusan Pembelian.....	39
3.2.2	<i>Live Streaming</i> .....	41
3.2.3	Potongan Harga.....	43
3.2.3	<i>Online Customer Review</i> .....	44
3.3.	Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	45
3.4.	Sumber Data .....	46
3.4.1	Data Primer .....	46
3.4.2	Data Sekunder .....	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6.	Teknik Analisis Data .....	48
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian .....	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.3	Analisis Regresi Berganda.....	50

3.6.4	Uji Kelayakan Hipotesis .....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....		53
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	53
4.1.2	Visi dan Misi .....	54
4.1.3	Pilihan Produk Somethinc.....	55
4.2.	Deskripsi data objek penelitian .....	57
4.3.	Hasil Penelitian.....	59
4.3.1.	Uji Instrumen Penelitian .....	59
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.3.4	Uji Hipotesis.....	68
4.3.5	Hasil Tanggapan Responden pada Kuesioner.....	72
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		80
5.1.	Simpulan.....	80
5.2.	Saran.....	81
5.3.	Implikasi Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....		84
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		87



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1 .....	41
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban dengan skala likert .....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kelurahan .....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Live Streaming</i> .....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Potongan Harga .....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i> .....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Data.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	71
Tabel 4.16 Hasil Pernyataan Tentang Variabel <i>Live Streaming</i> (X1).....	72
Tabel 4.17 Hasil Pernyataan tentang variabel Potongan Harga.....	74
Tabel 4.18 Hasil Pernyataan tentang variabel <i>Online Customer Review</i> (X3) .....	74
Tabel 4.19 Hasil Pernyataan tentang variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data E-Commerce dengan jumlah pengguna tertinggi (2023).....	4
Gambar 1.2 Data penjualan produk Somethinc di Shopee (2021).....	5
Gambar 1.3 Brand Skincare terlaris di Shopee .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian (diolah sendiri).....	35
Gambar 4.1 Logo Somethinc .....	53
Gambar 4.2 Produk Skincare Somethinc .....	55
Gambar 4.3 Produk Makeup Somethinc .....	56
Gambar 4.4 Produk Tools Somethinc .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data.....	87
Lampiran 2 Kuesioner.....	94
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	99
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	113