

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC
PADA SHOPEE DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

SRI ELVINA THERESIA

203402516217



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC
PADA SHOPEE DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

SRI ELVINA THERESIA

203402516217



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH LIVE STREAMING, FLASH SALE, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC PADA SHOPEE DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Sri Elvina Theresia
203402516217



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH LIVE STREAMING, FLASH SALE, DAN
ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINTIFIC PADA SHOPEE DI**

JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : **SRI ELVINA THERESIA**
Nomor Pokok : **203402516217**
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,



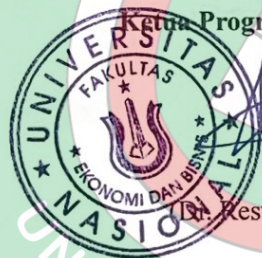
(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, SE., M.Si)



UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH LIVE STREAMING, FLASH SALE, DAN
ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINTIFIC PADA SHOPEE DI
JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **SRI ELVINA THERESIA**

Nomor Pokok : **203402516217**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Ketua/Penguji



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Anggota/Penguji



(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Mengetahui,

Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta:

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH LIVE STREAMING, FLASH SALE, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC PADA SHOPEE DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Sri Elvina Theresia

NPM : 203402516217

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh live streaming, flash sale, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian skintific pada shopee di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pengguna skintific pada shopee di Jakarta Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan pendekatan probability sampling dengan Teknik pengambilan system random sampling metode yang digunakan dalam penelitian untuk memilih sampel secara acak dari populasi pengguna skintific di daerah Jakarta Selatan dengan menyebarkan kuesioner secara online dan setiap anggota populasi memiliki probabilitas yang diketahui untuk dipilih dalam sampel. Teknik sistem random sampling memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dalam sampel.. Software yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 25. Hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai t hitung $-0,513 < t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikan (Sig) $0,609 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Live Streaming berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembeli. Diketahui bahwa nilai t hitung $35,381 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikan (Sig) $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Flash Sale berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian. Diketahui bahwa nilai t hitung $-1,074 < t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikan (Sig) $0,286 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_3 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Ulasan Produk berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Live Streaming, Flash Sale, Ulasan produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, FLASH SALE, AND PRODUCT REVIEWS ON SKINTIFIC PURCHASE DECISIONS ON SHOPEE IN SOUTH JAKARTA

By :

Sri Elvina Theresia

NPM: 203402516217

Final Project under the guidance of Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.

This research aims to analyze the influence of live streaming, flash sales, and product reviews on skintific purchasing decisions at Shopee in South Jakarta. This research uses quantitative methods with the research population being synthetic users of Shopee in South Jakarta. The number of samples in this study was 100 respondents using a probability sampling approach with a random sampling system, the method used in the research to randomly select samples from the population of skintific users in the South Jakarta area by distributing questionnaires online and each member of the population has a known probability. to be selected in the sample. The random sampling system technique ensures that each member of the population has an equal opportunity to be selected in the sample. The software used to analyze the data is SPSS 25. The results of hypothesis testing show that the t value is $-0.513 < t \text{ table } 1.984$ and the significant value (Sig) is $0.609 > 0.05$. So H_0 is accepted and H_1 is rejected so it can be concluded that Live Streaming has a negative but not significant effect on Buyer Decisions. It is known that the calculated t value is $35,381 > t \text{ table } 1.984$ and the significant value (Sig) is $0.000 < 0.05$. So H_0 is rejected and H_2 is accepted so it can be concluded that the Flash Sale variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. It is known that the calculated t value is $-1.074 < t \text{ table } 1.984$ and the significant value (Sig) is $0.286 > 0.05$. So H_0 is accepted and H_3 is rejected so it can be concluded that Product Reviews have a negative but not significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Live Streaming, Flash Sale, Product reviews, Purchase Decisions*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Sri Elvina Theresia
Tempat, Tanggal Lahir : 25 Januari 2001
Jenis kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Villa Mutiara Bogor Blok B6 No. 24
RT.01 RW. 11 Mekarwangi, Tanah
Sareal, Kota Bogor
Telepon/Hp : 087800124363
Email : srielvina257@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2005 – 2007 : Tk Regina Pacis Bogor
2007 – 2013 : Sd Regina Pacis Bogor
2013 – 2016 : Smp Negeri 12 Bogor
2016 – 2019 : Smk Negeri 1 Bogor
2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 15 Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Sri Elvina Theresia
203402516217

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelimpahan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyempurnakan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee di Jakarta Selatan" Tugas akhir ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

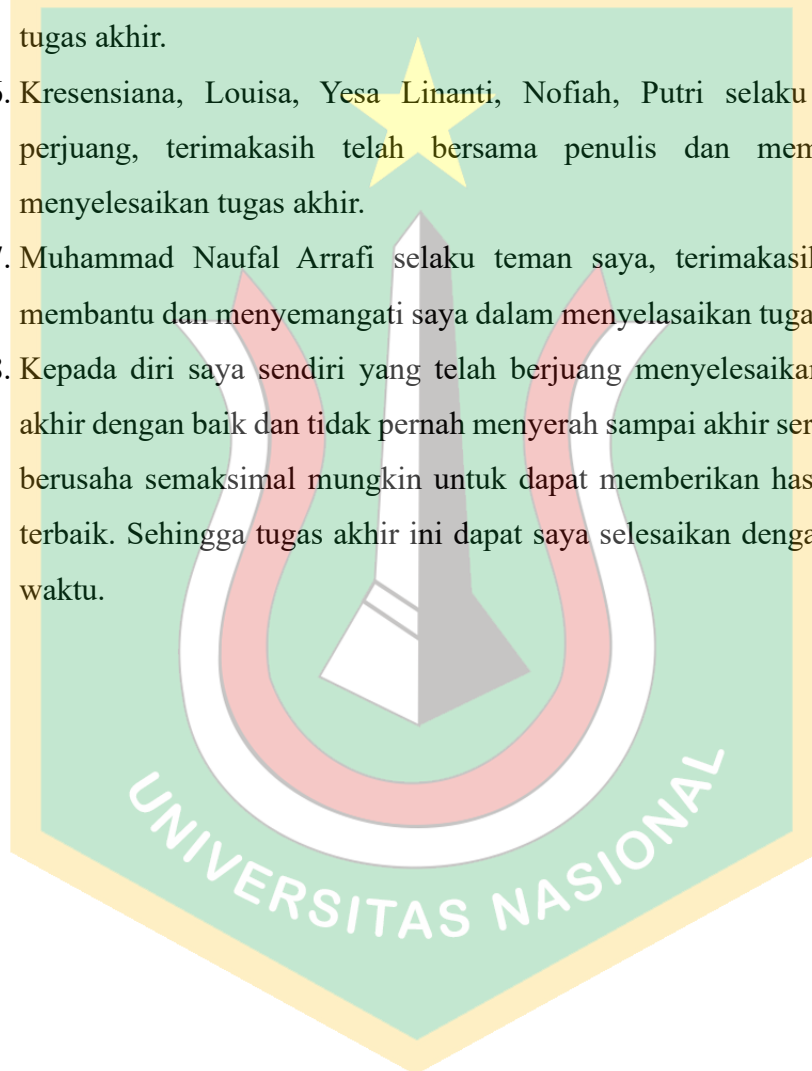
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata kesempurnaan, hal ini disadari karena adanya keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki penulis. Penulis berharap agar dengan penyusunan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan pihak lainnya. Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis mendapati pelajaran, motivasi, dan bantuan arahan yang sangat penting dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan tugas akhir ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh dedikasi.
2. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, atas dukungan dan bimbingan dalam perjalanan akademik penulis.
3. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, atas dorongan dan arahan yang berharga.

4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, SE., MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, atas perhatian dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, atas bimbingan dan pengarahannya yang berharga dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan tugas akhir yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan dari penulisan ini, memberikan arahan dan solusi sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu, membina dan memberi motivasi kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Nasional.
8. Almarhumah Repita Aloysia Pinem selaku ibu saya meskipun beliau telah berpulang, saya ucapkan terimakasih kepada ibu saya selalu melindungi, menyertai dan mencintai saya selalu dan selamanya dalam setiap langkah yang saya ambil, setiap keputusan yang saya buat.
9. Gasang Sumarlin selaku ayah saya yang telah memberikan restu dalam setiap langkah saya dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Yohanes Gonzales Gonzaga dan Gloria Agustina selaku abang dan adik saya yang telah memberikan semangat.
11. Verawaty Kartika, poltak, Natanael selaku tante dan om saya yang telah membantu dan menyemangati dalam segala hal.
12. Fistia Sri Shatzy selaku sahabat saya yang sangat saya sayangi, terimakasih selalu ada dan selalu membantu dan menyayangi saya.

13. Syamil Khisham Alfattah selaku kekasih saya, terimakasih telah bersama saya dan selalu memberikan kasih sayang dan semangat kepada penulis.
14. Elsa Salsabila selaku sahabat smk saya, terimakasih telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
15. Andreas Ardhika Nugroho dan Asti Fauziah selaku teman kuliah saya yang selalu membantu dan menyemangati saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
16. Kresensiana, Louisa, Yesa Linanti, Nofiah, Putri selaku teman perjuang, terimakasih telah bersama penulis dan memotivasi menyelesaikan tugas akhir.
17. Muhammad Naufal Arrafi selaku teman saya, terimakasih telah membantu dan menyemangati saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
18. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tidak pernah menyerah sampai akhir serta terus berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan hasil yang terbaik. Sehingga tugas akhir ini dapat saya selesaikan dengan tepat waktu.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJUAN PUSTAKA	13
A. Teori yang terkait dengan variable penelitian	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Tujuan Pemasaran.....	13
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	14
4. <i>Live Streaming</i>	15
5. <i>Flash Sale</i>	21
6. Ulasan Produk.....	25
7. Keputusan Pembelian.....	30
B. Keterkaitan antar variable penelitian	34
1. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelia	34
2. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	34
3. Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelia.....	35

C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	36
D. Kerangka Analisis.....	41
E. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Objek Penelitian.....	45
B. Data Penelitian	45
1. Sumber Data dan jenis data.....	45
a) Sumber Data.....	45
b) Jenis Data	45
2. Populasi dan Sampel.....	46
a) Populasi	46
b) Sampel	46
3. Teknik Pengumpulan Data.....	47
a) Teknik Pengumpulan Data.....	47
b) Alat Pengumpulan Data	48
C. Definisi Operasional Variabel.....	49
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	51
1. Metode Analisis	51
a) Metode Analisis Deskriptif	51
b) Metode Analisis Inferensial.....	51
c) Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
2. Uji Instrumen Penelitian	52
a) Uji Validitas.....	52
b) Uji Realibilitas.....	52
3. Uji Asumsi Klasik.....	53
a) Uji Normalitas	53
b) Uji Multikolinearitas	53
c) Uji Autokorelasi	54
d) Uji Heteroskedastisitas.....	54
4. Uji Kelayakan Model.....	55
a) Uji F.....	55
b) Koefisien Determinasi.....	56

5. Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian	59
1. Deskripsi Data Penelitian.....	59
2. Uji Instrumen	69
3. Uji Realibilitas	70
4. Uji Asumsi Klasik.....	71
5. Analisis Linear Berganda.....	75
6. Uji Kelayakan Model.....	77
7. Uji Hipotesis (Uji t)	79
B. Pembahasan	80
1. Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembeli.....	80
2. Pengaruh Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian	81
3. Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	9
Tabel 2.1	36
Tabel 3.1	48
Tabel 3.2	49
Tabel 4.1	61
Tabel 4.2	63
Tabel 4.3	64
Tabel 4.4	65
Tabel 4.5	66
Tabel 4.6	67
Tabel 4.7	68
Tabel 4.8	69
Tabel 4.9	70
Tabel 4.10	71
Tabel 4.11	72
Tabel 4.12	73
Tabel 4.13	74
Tabel 4.14	75
Tabel 4.15	76
Tabel 4.16	77
Tabel 4.17	78
Tabel 4.18	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	2
Gambar 1.3	3
Gambar 1.4	4
Gambar 1.5	5
Gambar 1.6	6
Gambar 1.7	7
Gambar 1.8	8
Gambar 2.1	41
Gambar 4.1	62
Gambar 4.2	63
Gambar 4.3	64
Gambar 4.4	65

