

**PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE*  
*STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

**TUGAS AKHIR**  
**ALVINALDI ANDREAS**

203402516323



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI BISNIS**  
**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE*  
*STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

Diajukan Sebagai Salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**ALVINALDI ANDREAS**

203402516323



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

### **PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

Oleh : Alvinaldi Andreas

NPM : 203402516323

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kolaborasi produk, ulasan produk, *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet di marketplace Shopee Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pengguna dan yang pernah membeli Aerostreet saat live stream pada shopee di Kabupaten Bogor. 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 Aerostreet di Kabupaten Bogor dengan menyebarkan kuesioner secara online dan setiap anggota populasi memiliki probabilitas yang diketahui untuk dipilih dalam sampel. Dari hasil yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa Kolaborasi produk berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembeli, variabel Ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian, dan variabel *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kolaborasi Produk, Ulasan Produk, *Live Streaming*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT COLLABORATION, PRODUCT REVIEWS, AND LIVE STREAMING ON THE DECISION TO PURCHASE AEROSTREET SHOES AT THE SHOPEE MARKETPLACE BOGOR DISTRICT***

*By: Alvinaldi Andreas*

*NPM: 203402516323*

*Final Project under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M*

*This research aims to analyze the influence of product collaboration, product reviews, Live Streaming on purchasing decisions for Aerostreet shoes in the Shopee marketplace, Bogor Regency. This research uses quantitative methods with the research population being users and those who have purchased Aerostreet during a live stream on Shopee in Bogor Regency. 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 Aerostreet users in Bogor Regency by distributing questionnaires online and each member of the population has a known probability of selected in the sample. From the results obtained, it can be concluded that product collaboration is not significant effect on buyer decisions, the product review variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, and the Live Streaming variable has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Collaboration, Product Reviews, Live Streaming, Purchase Decisions*

## LEMBAR PERNYATAAN

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

### **PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

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, 15 Agustus 2024



Alvinaldi Andreas

203402516323

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

Nama Mahasiswa : **Alvinaldi Andreas**

Nomor Pokok : **203402516323**

Program studi : **MANAJEMEN**



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KOLABORASI PRODUK, ULASAN PRODUK, DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU AEROSTREET DI MARKETPLACE SHOPEE KABUPATEN BOGOR**

Nama Mahasiswa : **Alvinaldi andreas**

Nomor Pokok : **203402516323**

Program Studi : **MANAJEMEN**

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

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

  
Ketua Penguji

  
Anggota/Penguji

(Dr. Elwisam, SE., M.M.)

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

Mengetahui,

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



  
(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta:

Tanggal Lulus:

## 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 kolaborasi produk, ulasan produk, dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet di marketplace shopee Kabupaten Bogor " 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. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, atas dukungan dan bimbingan dalam perjalanan akademik penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, atas dorongan dan arahan yang berharga
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, SE., MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional sekaligus Dosen Pembimbing, atas perhatian dan motivasi yang diberikan kepada penulis serta turut membantu dalam penyusunan tugas akhir dalam menyempurnakan kekurangan dari penulisan ini, memberikan arahan dan solusi sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. 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.



5. 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.
6. Friady Simbolon dan Yuliana Anita selaku Orangtua penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun non materi sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Galatian Simbolon dan Irene Simbolon selaku adik penulis yang selalu memberikan semangat.

Dengan penuh kesadaran diri, penulis menyadari penulisan Tugas Akhir ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Maka penulis berharap akan ada tidak lanjut berupa saran dan kritik yang membangun agar penulisan ini bisa bermanfaat untuk kita semua.

Terimakasih



Jakarta, 15 Agustus 2024  
Penulis

Alvinaldi Andreas

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>3</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>3</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>A. Landasan Teori</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Tujuan Pemasaran</b> .....	<b>5</b>
<b>3. Fungsi Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>6</b>
<b>4. Kolaborasi Produk</b> .....	<b>7</b>
a. Pengertian Kolaborasi Produk .....	<b>7</b>
b. Manfaat Kolaborasi Produk .....	<b>8</b>
c. Indikator Kolaborasi Produk.....	<b>8</b>
<b>5. Ulasan Produk</b> .....	<b>9</b>
a. Pengertian Ulasan Produk.....	<b>9</b>
b. Komponen Ulasan Produk .....	<b>9</b>
c. Faktor-Faktor yang memengaruhi Ulasan Produk.....	<b>10</b>
d. Dimensi Ulasan Produk.....	<b>11</b>
e. Indikator Ulasan Produk.....	<b>11</b>
<b>6. Live Streaming</b> .....	<b>12</b>
a. Pengertian <i>Live Streaming</i> .....	<b>12</b>
b. Indikator <i>Live Streaming</i> .....	<b>13</b>
c. Komponen <i>Live Streaming</i> .....	<b>14</b>

d.	Komponen Utama <i>Live Streaming</i> .....	14
e.	Dimensi <i>Live Streaming</i> .....	15
f.	Strategi <i>Live Streaming</i> .....	16
<b>7.</b>	<b>Keputusan Pembelian</b> .....	<b>17</b>
a.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
b.	Faktor Keputusan Pembelian .....	17
c.	Manfaat Keputusan Pembelian .....	17
d.	Dimensi Keputusan Pembelian .....	18
e.	Indikator Keputusan Pembelian .....	19
<b>8.</b>	<b>Keterkaitan Antar Variabel Penelitian</b> .....	<b>19</b>
a.	Pengaruh Kolaborasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
b.	Pengaruh ulasan produk terhadap Keputusan pembelian.....	20
c.	Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
<b>9.</b>	<b>Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian</b> .....	<b>21</b>
<b>10.</b>	<b>Kerangka Analisis</b> .....	<b>26</b>
<b>11.</b>	<b>Hipotesis</b> .....	<b>27</b>
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
<b>A.</b>	<b>Objek Penelian</b> .....	<b>28</b>
<b>B.</b>	<b>Data Penelitian</b> .....	<b>28</b>
<b>1.</b>	<b>Sumber Data dan Jenis Data</b> .....	<b>28</b>
a.	Data .....	28
b.	Jenis Data .....	28
<b>2.</b>	<b>Populasi dan Sampel</b> .....	<b>29</b>
a.	Populasi.....	29
b.	Sampel.....	29
<b>3.</b>	<b>Teknik dan Alat Pengumpulan Data</b> .....	<b>30</b>
a.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
b.	Alat Pengumpulan Data.....	30
<b>C.</b>	<b>Definisi Operasional Variabel</b> .....	<b>31</b>
<b>D.</b>	<b>Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis</b> .....	<b>32</b>
<b>1.</b>	<b>Metode Analisis</b> .....	<b>32</b>
a.	Metode Analisis Deskriptif.....	33
b.	Metode Inferensial .....	33
c.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
<b>2.</b>	<b>Uji Instrumen Penelitian</b> .....	<b>34</b>

a.	Uji Validitas.....	34
b.	Uji Reliabilitas .....	34
<b>3.</b>	<b>Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>34</b>
a.	Uji Normalitas.....	34
b.	Uji Multikolinearitas .....	34
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	35
d.	Uji Autokorelasi .....	35
<b>4.</b>	<b>Uji Kelayakan Model.....</b>	<b>36</b>
a.	Uji F .....	36
b.	Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	36
<b>5.</b>	<b>Uji Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
a.	Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi .....	37
b.	Dengan membandingkan t hitung dengan tabel. ....	37
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
<b>A.</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>1.</b>	<b>Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>38</b>
a.	Sejarah Singkat Perusahaan Aerostreet.....	38
b.	Profile Aerostreet .....	39
<b>2.</b>	<b>Karakteristik Responden.....</b>	<b>40</b>
a.	Usia .....	40
b.	Jenis Kelamin.....	41
c.	Jenis Pekerjaan.....	42
d.	Pendapatan .....	43
<b>3.</b>	<b>Uji Statistik Deskriptif .....</b>	<b>44</b>
a.	Uji Deskriptif (X1).....	44
b.	Uji Deskriptif (X2).....	45
c.	Uji Deskriptif (X3).....	46
d.	Uji Deskriptif (Y).....	47
<b>4.</b>	<b>Uji Instrumen.....</b>	<b>48</b>
a.	Uji Validitas.....	48
b.	Uji Reabilitas .....	49
<b>5.</b>	<b>Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>49</b>
a.	Uji Normalitas.....	49
b.	Uji Multikolinearitas .....	50
c.	Uji Heterokedastisitas .....	51

d. Uji Autokorelasi .....	52
<b>6. Analisis Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>53</b>
<b>7. Uji Kelayakan Model .....</b>	<b>55</b>
a. Uji F .....	55
b. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	56
<b>8. Uji Hipotesis (Uji t).....</b>	<b>56</b>
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>58</b>
1. Pengaruh Kolaborasi produk Terhadap Keputusan Pembeli .....	58
2. Pengaruh Ulasan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
3. Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>60</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	21
Tabel 3.2.....	30
Tabel 3.3.....	31
Tabel 4.1.....	40
Tabel 4.2.....	41
Tabel 4.3.....	42
Tabel 4.4.....	43
Tabel 4.6.....	44
Tabel 4.7.....	48
Tabel 4.8.....	49
Tabel 4.9.....	50
Tabel 4.10.....	51
Tabel 4.11.....	52
Tabel 4.12.....	53
Tabel 4.13.....	54
Tabel 4.14.....	55
Tabel 4.15.....	56
Tabel 4.16.....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	2
Gambar 2.1 .....	26
Gambar 4.1.....	39
Gambar 4.2.....	40
Gambar 4.3.....	41
Gambar 4.4.....	42
Gambar 4.5.....	43

