

**PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

AGNES CIECILIA

NPM: 20420073

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agnes Cicilia

NPM : 20420073

Alamat : Dk. Gogor VI no.38 RT.05 Rw.03 Kec. Wiyung Kota Surabaya

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA AKTIF TAHUN 2020-2021 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA) ”** bebas plagiat.

Surabaya, 31 Januari 2024

Yang membuat pernyataan


AGNES CECILIA
NPM : 20420073

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI
PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC

(Studi Pada Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma)

Diajukan Oleh:

Agnes Cicilia

NPM : 20420073

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM. CRA.CMA.

Tanggal, 24 Januari 2024

KETUA PROGAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 24 Januari 2024

SKRIPSI

**PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC**

(Studi Pada Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma)

Dipersiapkan dan disusun Oleh:

Agnes Cicilia

NPM : 20420073

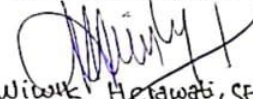
Susunan Dewan Penguji



Dwi Indah, SE., MM. CRA.CMA
DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M. Si
KETUA TIM PENGUJI



Wiwik Herawati, SE., MM
ANGGOTA DEWAN PENGUJI

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 24 Januari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M
KETUA PROGRAM STUDI

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Live Streaming Shopping, Price Discount, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma)”**

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini berhasil terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec Gimanto Gunawan, MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono,SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dwi Indah Mustikoroni, S.E, MM, selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE.,M.Com. selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan Kusuma.
8. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnya bagi penulis.
9. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Sahabat – sahabat penulis Lidh Iatul Izzah, Peni Lestari, Adelia Ainunnisa dan Roosyidah Pitradjaja yang senantiasa selalu membantu, memberi semangat, dorongan, serta masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
11. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuisisioner.

12. Dan untuk seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terima kasih atas support kalian

Penulis mengharapkan kritik yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, Januari 2024

Agnes Ciecilia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Skripsi	5
BAB II.....	6
TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Live Streaming Shopping	11
2.1.5 Price Discount.....	13
2.1.6 Kepercayaan Konsumen	15
2.1.7 Keputusan Pembelian	17
2.1.8 Hubungan antara <i>Live Streaming Shopping</i> (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y).....	22
2.1.9 Hubungan antara <i>Price Discount</i> (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y).....	23

2.1.10 Hubungan antara <i>Kepercayaan Konsumen (X2)</i> dengan Keputusan Pembelian (Y).....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	28
2.3.1 Hipotesis	28
2.3.2 Model Analisis	28
BAB III	29
METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi Penelitian.....	29
3.2.2. Sampel Penelitian	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.6. Teknik Pengumpulan Data	39
3.7. Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1. Uji Validitas	40
3.7.2. Uji Reliabilitas	41
3.7.3. Uji Analisis Linear Berganda.....	41
3.7.4. Uji Hipotesis	42
3.7.5. Koefesien Determinasi.....	44
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Brand Kecantikan Skintific.....	45
4.1.1 Sejarah Skintific.....	45
4.1.2. Visi dan Misi Skintific	46
4.2 Deskripsi Kriteria dan Identitas Responden	47
4.2.1. Berdasarkan Usia Responden	49
4.2.2. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	50
4.2.3. Berdasarkan Progam Studi Responden.....	50
4.2.4. Berdasarkan Progam Studi Responden.....	51

4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	51
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Live Streaming	51
Shopping (X1)	52
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Price Discount (X2).....	53
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)54	
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.4 Hasil Uji Instrumen	57
4.4.1 Hasil Uji Validitas	57
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	66
4.6.1 Uji F	66
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.8 Pembahasan	69
4.8.1 Pengaruh Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan	69
Pembelian	69
4.8.2 Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan	71
Pembelian	71
BAB V.....	73
SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
5.3 Keterbatasan Peneliti.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel	32
Tabel 3. 2 Tabel Pengukuran Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Kriteria Responden.....	48
Tabel 4. 2 Data Identitas Responden Mengenai Usia	49
Tabel 4. 3 Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4 Data Identitas Responden Mengenai Program Studi.....	50
Tabel 4. 5 Data Identitas Responden Mengenai Angkatan	51
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Live Streaming Shopping	52
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Price Discount (X2)	53
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	55
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Live Streaming Shopping (X1).....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Price Discount (X2)	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X3).....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4. 14 Reliabilitas Live Streaming Shopping (X1)	62
Tabel 4. 15 Reliabilitas Price Discount (X2)	63
Tabel 4. 16 Reliabilitas Kepercayaan Konsumen (X3).....	63
Tabel 4. 17 Reliabilitas Keputusan Pembelian(Y)	64
Tabel 4. 18 Tabel Uji F	66
Tabel 4. 19 Tabel Uji t.....	66
Tabel 4. 20 Tabel Uji Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Analisis.....	28
Gambar 4. 1 Brand Skintific	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 2. 1 Tabulasi.....	87
Lampiran 2. 2 Hasil Output data SPSS	98

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti “**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**” (Studi Pada Mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma). Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh *Live streaming shopping*, *Price discount*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Penelitian ini memiliki variabel bebas, yakni *Live streaming shopping* (X1), *Price discount* (X2), dan Kepercayaan Konsumen (X3), sedangkan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Data yang digunakan dalam penelitian ini harus bersifat kuantitatif dan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penekanan pada pengujian hipotesis. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Teknik non-probability sampling yang dipadukan dengan proses purposive sampling digunakan untuk menentukan besar sampel. 100 mahasiswa memenuhi persyaratan untuk dimasukkan dalam sampel : harus sudah terdaftar penuh waktu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma pada tahun 2020-2021, memiliki akun *e-commerce* yang aktif. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live shopping* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Skintific. Harga yang lebih rendah berdampak besar pada keputusan orang untuk membeli. Selain itu, kepercayaan konsumen menjadi faktor penting dalam memilih produk Skintific.

Kata Kunci : *Live streaming shopping*, *Price discount*, Kepercayaan Konsumen Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study examines "THE EFFECT OF *LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNTS, AND CONSUMER CONFIDENCE ON PURCHASING DECISIONS FOR SKINTICAL PRODUCTS*" (Study on Active Students in 2020-2021 Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University). The purpose of this study is to determine the influence of *Live streaming shopping, Price discount, and Consumer Trust* in purchasing decisions for Skintific products. The independent variables in this study are *Live streaming shopping (X1), Price discount (X2), and Consumer Confidence (X3)*, while the variables are tied to Purchase Decision (Y). The data used in this research must be quantitative and carried out using a quantitative approach with an emphasis on hypothesis testing. The data sources used are primary and secondary. A non-probability sampling technique combined with a purposive sampling process was used to determine the sample size. 100 students meet the requirements to be included in the sample: must be registered full time at the Faculty of Economics and Business, Vijaya Kusuma University in 2020-2021, have an active e-commerce account. Multiple linear regression analysis was used to evaluate the hypothesis. The research results show that live shopping has a significant influence on consumer decisions in purchasing Skintific products. Lower prices have a big impact on people's decision to buy. Apart from that, consumer trust is an important factor in choosing Skintific products.

Keywords : *Live streaming shopping, Price discount, Consumer Trust Purchase Decision*