

**PENGARUH *LIVE STREAMING ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN  
*PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE DI SURABAYA  
BARAT**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan oleh:**

**ISABELA CINDI CLAUDIA SYUKUR**

**NIM:20420129**

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

**2024**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

**Nama** : (sabala Cindi Claudio Syukur  
**Npm** : 20410J 29  
**Alamat** : Runggu RtfRw 003/001 Manggarai Bamt  
**Proggm Studi** : **Manajemen**  
**Fakulias** : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "Pengaruh Live Streaming, **Online Customer Review, dan Price ffiscouizt terhadap keputusazi pembelian produk The Originate melalui Shopee**" buk&n menipakan plagiasi atau saduran dari skripsi otang lain. Apabiln kcnitudian liati pemyataan ini tidak benar maka soya b&rsedia menerima sanksi acssuai pcralur&n yang berlaku.

Demikian surat ptmylnaon ini dibu.al dengan scbennr-benanya untuk dipcrgunakan scbogniiitana mcstiny«

Yting inenibtiflt prniyutnon



**Isabela Cindi C Syukur.**

**NI'M : 20411121**

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE DI SURABAYA BARAT**

Diajukan oleh:

**ISABELA CINDI CLAUDIA SYUKUR**

**NPM: 20420129**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEM PEMBIMBING



**Dwi Indah Mustikoroni, SE, MM, CRA, CMA**

Tanggal 02 Februari 2024

KETUA PROGRAM STUDI



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM**

Tanggal 02 Februari 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN  
*PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE DI SURABAYA BARAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ISABELA. C. C. SYUKUR**

NPM : 20420129

**Susunan Dewan Penguji :**

Pembimbing Utama



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM, CRA

Ketua



Maqbula Arochman, SE, M. AK

Anggota



Wiwik Herawati, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal 2 Pebruari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM,  
Ketua Program Studi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan anugrah dan rahmatnya sehingga penulis diberikan sebuah kesempatan untuk mampu Menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Live Streaming, Online Customer Review, dan Price Discount*, Terhadap keputusan pembelian Produk *The Originote Melalui Shopee (study kasus pada Masyarakat Surabaya Barat)*”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, dorongan, dan bimbingan yang ditujukan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. untuk itu penulis ingin menyampaikan Terima kasih banyak. saya sampaikan kepada Yth:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. 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. Andrianto Trimarjo, SE., MM selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M. SI selaku dosen wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam proses Perkuliahan
5. Ibu Dwi Indah Mustikoroni, S.E, MM, selaku dosen pembimbing Skripsi, Terima kasih atas segala Bimbingan, arahan serta saran yang diberikan

kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu menyampaikan Informasi kepada penulis.
8. Sebagai ungkapan rasa hormat dan Terima kasih yang tak terhingga, Skripsi ini Saya persembahkan untuk kedua Orang tua yang Luar biasa hebat (Mama Nurtiana & Bapa Andreas) sebagai Penyemangat, Motivasi dan Inspirasi saya. Terima kasih karena sudah memberikan saya makna di Cintai sebesar-besarnya, Terima kasih sebab telah mengupayakan dan memberikan yang terbaik selama ini, terima kasih untuk segala pengorbanan, Doa, dukungan, dan nasehat yang Tak berkesudahan yang diberikan kepada Saya. Semoga ini menjadi Langkah awal saya untuk membuat Mama dan Bapa Bahagia.
9. Terima kasih banyak Untuk Kedua Sahabat baik saya Yohana Harum dan Tiara Janggur yang selalu bersama-sama dalam suka dan duka ditanah rantauan, selalu setia mendengarkan keluh kesah saya, mendukung, memberi semangat, dan memberikan bantuan.
10. Terima kasih Untuk Antonius Hutama putra yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam proses pengerjaan Skripsi dari awal hingga akhir.

11. Terima kasih untuk teman baik saya Roosyidah, Viktor Balbo, yang sudah Banyak membantu dan bersama-sama selama proses pengerjaan Skripsi dan Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2020 yang telah bersama-sama dalam proses perkuliahan.

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Peneliti.....	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Pengertian manajemen pemasaran .....	11
2.1.3 Pengertian Prilaku Konsumen.....	12
2.1.4 Pengertian promosi.....	14
2.1.5 Live streaming.....	15
2.1.5.1 Indikator Live Striming .....	16
2.1.6 Online Customer Review [OCRs].....	17
2.1.6.1 Indikator Online Customer Review .....	17
2.1.7 Price Discount .....	18
2.1.7.1 Indikator Price Discount .....	18
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	20



2.1.8.1	Indikator Keputusan Pembelian .....	20
2.1.9	Hubungan antara Live streaming (X1) dengan keputusan pembelian (Y).....	21
2.1.10	Hubungan Online Customer Review (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	21
2.1.11	Hubungan antara Price Discount (X3) dengan keputusan Pembelian (Y).....	22
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3	Hipotesis dan Model Analisis .....	24
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1	Pendekatan Penelitian Pengertian Pendekatan Penelitian .....	25
3.2	Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	26
3.3	Identifikasi Variabel .....	27
3.3.1	Variabel Penelitian.....	27
3.3.2	Variabel Independen.....	27
3.3.3	Variabel Dependen .....	27
3.4	Definisi Oprasional Variabel .....	28
3.4.1	Live streaming .....	28
3.4.2	Online Customer Review .....	28
3.4.3	Price Discount .....	29
3.4.4	Keputusan Pembelian.....	29
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5.1	Jenis Data .....	30
3.5.2	Sumber Data.....	30
3.6	Prosedur pengumpulan Data.....	31
3.7	Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	33
3.7.2	Uji validitas .....	33
3.7.3	Uji Reliabilitas.....	33

3.7.4 Uji Analisis Linear Berganda .....	34
3.7.5 Uji Asumsi klasik .....	34
3.7.6 Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran umum objek penelitian .....	38
4.1.1 Sejarah The Originote .....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	39
4.2.1 Karakteristik Responden .....	39
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	43
4.2.3 Hasil uji Instrumen .....	44
4.2.3.1 Uji validitas .....	44
4.3 Uji Reliabilitas .....	45
4.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	47
4.5 Uji Asumsi klasik .....	49
4.5.1 Uji Normalitas .....	49
4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	50
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.6 Hasil pengujian Hipotesis .....	52
4.7 Pembahasan .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform E-commerce pilihan Masyarakat Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Posisi kosmetik .....	4
Gambar 2. 1 Model Analisis .....	24
Gambar 4.1 Hasil uji Normalitas .....	49
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. ....	23
Tabel 3.1 Bobot kuisioner berdasarkan pada pengukuran skala <i>likert</i> .....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Respondent .....	39
Tabel 4.2 Hasil analisis statistik deskriptif .....	43
Tabel 4.3 Uji validitas .....	45
Tabel 4.4 Uji Reabilitas.....	45
Tabel 4.5 Uji regresi linear berganda .....	47
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas Coefficients .....	50
Tabel 4.7 Uji T .....	52
Tabel 4.8 Uji F .....	53
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinan Model Summary <sup>b</sup> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	61
Lampiran 2 Tabulasi Data Dan Output.....	67

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh “*LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE ORIGINOTE MELALUI SHOPEE DISURABAYA BARAT.*” Penelitian ini fokus pada variabel Live streaming (X1), Online Customer Review (X2), dan Price Discount (X3), dengan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode pengujian hipotesis, data diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Dengan jumlah sampel 88 responden yang dipilih melalui non-probability sampling (purposive sampling) dengan kriteria tertentu, penelitian ini berfokus pada konsumen berdomisili di Surabaya barat, pernah membeli produk The Originote di Shopee, menggunakan E-commerce Shopee, dan berusia 17 tahun ke atas. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Live streaming tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kemungkinan karena kurangnya daya tarik streamer dalam memberikan pelayanan. Sebaliknya, Online Customer Review dan Price Discount memiliki pengaruh signifikan, dengan ulasan positif online meningkatkan minat pembelian, dan potongan harga produk efektif menarik perhatian konsumen. Kesimpulan penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

**Kata Kunci :** *Live streaming, Online Customer Review, Price Discount*

## **ABSTRACT**

*The research aims to determine the Effect of "LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, AND PRICE DISCOUNT ON PURCHASE DECISIONS ON THE ORIGINOTE PRODUCTS VIA SHOPEE, WEST DISURABAYA This research focuses on the variables of Live streaming (X1), Online Customer Review (X2), and Price Discount (X3), with Purchase Decision (Y) as the dependent variable.*

*Using a quantitative approach and hypothesis testing method, data were obtained from both primary and secondary sources. With a sample size of 88 respondents selected through non-probability sampling (purposive sampling) with specific criteria, the study focuses on consumers residing in West Surabaya, who have purchased The Originote products on Shopee, use Shopee E-commerce, and are aged 17 and above. Multiple linear regression analysis indicates that Live streaming has no significant influence on purchase decisions, possibly due to the lack of attractiveness of streamers in providing services. On the other hand, Online Customer Review and Price Discount have a significant impact, with positive online reviews increasing purchase interest, and product price discounts effectively attracting consumer attention. The conclusion of this research provides a clear overview of the factors influencing consumer purchasing behavior.*

*Keywords: Live streaming, Online Customer Review, Price Discount*