

SKRIPSI

**PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, PRICE DISCOUNT, DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LIPSTIK L'OREAL PARIS**

**(STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya



Diajukan oleh:

MAYANG ASMARA DINDA

NPM : 21420058

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

HALAMAN PENGAJUAN

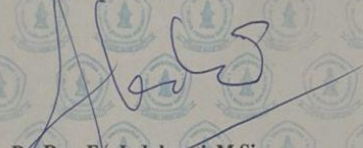
SKRIPSI

PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, PRICE DISCOUNT DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
L'OREAL PARIS

Diajukan Oleh:
MAYANG ASMARA DINDA
NPM : 21420058

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Dra. Ec. Indahwati, M.Si

Tanggal, 27 JULI 2025

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Adrianto Trimariono, S.E., MM

Tanggal, 7 AGUSTUS 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, PRICE DISCOUNT, DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
L'OREAL PARIS

STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

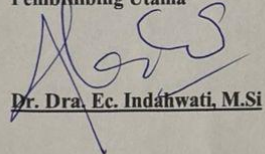
Dipersiapkan dan disusun oleh:

MAYANG ASMARA DINDA

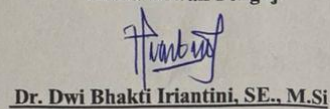
21420058

Susunan Dewan Penguji

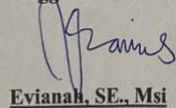
Pembimbing Utama


Dr. Dra. Ec. Indahwati, M.Si

Ketua Dewan Penguji


Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si

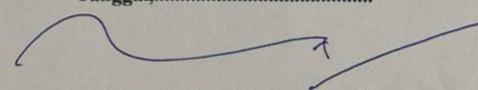
Anggota Dewan Penguji


Evianah, SE., Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 7 Agustus 2025


Dr. Adrianto Trimarjono, SE.MM.

Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya bertanda tangan dibawah ini

Nama = Mayang Asmara Dinda

NPM =21420058

Alamat = Jl. Banyu Urip 217

Program Studi = Manajemen

Fakultas = Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, PRICE DISCOUNT DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK L'OREAL PARIS (Studi kasus pada Mahasiswa/i Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**". Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya bahwa karya tulis ini bukan merupakan hasil plagiarisme dari skripsi milik pihak lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 September 2025

Yang membuat pernyataan



(Mayang Asmara Dinda)

NPM: 21420058

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Live Streaming Tiktok, Price Discount dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu arahan, do’a, serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain:

1. Bapak Prof.Dr.H.Widodo Ario Kentjono, dr.Sp.T.H.T.K.L.(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 dan selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada saya demi penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu DR.Dra.Ec. Indahwati, M.Si. selalu dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan arahan, pengetahuan, motivasi dan saran maupun masukan dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi.
5. Bapak Drs.Ec. Mateus Tamosang, MM, M.SI. selaku Dosen Wali. Saya ucapkan terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah menjadi dosen mata kuliah dan memberikan ilmu saya menjalani perkuliahan, dimana ilmu yang telah diberikan sebagai bekal saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar Manajemen Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh staf kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.
9. Kedua orang tua penulis serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Teman Spesial saya Teuku Moch. Rafly Zulfikar terimakasih telah memberikan saya motivasi untuk terus mengerjakan skripsi ini hingga akhir, Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi terhadap saya, dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal lelah kata menyerah dalam segala hal dalam meraih apa yang menjadi impian saya. Terima kasih telah menjadi sosok yang sudah menjadi bagian dari setengah perjalanan hidup dan untuk selalu mewarnai hidup saya hingga detik penulis menuliskan ini.
11. Kepada Sahabat saya Rara Marcella, Maurelita, Larasati, Fara, Fendy, Rafly, Rendy, dan Zidane Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah dan berkontribusi membantu penelitian ini hingga akhir.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Surabaya, 2025

Mayang Asmara Dinda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Live Streaming Tiktok, Price Discount, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Lipstik L'Oreal Paris (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dan terdapat 80 responden yang menjadi sampel penelitian ini. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Live streaming tiktok dan Brand Trust berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Price Discount tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Live Streaming TikTok, Price Discount, Brand Trust, Keputusan Pembelian, L'Oréal Paris.

Abstract

This study aims to examine the Influence of Live Streaming of TikTok, Price Discount, and Brand Trust on L'Oreal Paris Lipstick Purchase Decision (Case study on students of Faculty of Economics and Business of Wijaya Kusuma University Surabaya). The sampling technique used was purposive sampling, and 80 respondents were samples of this study. The method of analysis used to test hypotheses in this study is multiple linear analysis. The results of this study showed that Live streaming ticktok and Brand Trust had an effect on purchasing decisions. Price Discounts have no effect on purchasing decisions

Keywords: Live Streaming TikTok, Price Discount, Brand Trust, Purchase Decision, L'Oréal Paris

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan.....	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	11
Telaah Pustaka	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Live Streaming	12
2.1.3 Price Discount	14
2.1.4 Brand Trust	16
2.5 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Konsep Pemasaran	20
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.1.3 Perumusan Hipotesis.....	26
2.3.1 Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.4 Kerangka Konseptual	28
3.1 Pendekatan Penelitian	29

3.2	Populasi dan Sampel	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Identifikasi variabel	30
3.4	Definisi operasional variabel	31
3.4.1	Live Streaming Tiktok (X1).....	31
3.4.2	Price Discount (X2)	32
3.4.3	Brand Trust (X3).....	33
3.4.4	Keputusan Pembelian (Y)	34
3.5	Jenis Sumber Data	35
3.6	Teknik Analisis	35
3.6.1	Analisis Regresi linier berganda	37
3.7	Uji Instrumen	37
3.7.1	Uji validitas	37
3.7.2	Uji Reabilitas	38
3.8	Uji Hipotesis	38
3.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	38
3.8.2	Uji hipotesis simultan (Uji F)	38
BAB IV		40
4.1	Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Singkat Lipstik L'Oreal Paris	40
4.2	Hasil penelitian	42
4.2.1	Deskripsi Responden.....	42
4.2.2	Variabel Penelitian.....	45
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	53
4.3.1	Uji Validitas	53
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.4	Uji Regresi dan Kolerasi Berganda	56
4.5	Uji Hipotesis	57
4.5.1	Uji T.....	58
4.5.2	Uji F	60
4.5.3	Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	62

4.6.1	Pengaruh Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik L'Oreal Paris	62
4.6.2	Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik L'Oreal Paris	64
4.6.3	Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik L'Oreal Paris	66
BAB V		68
SIMPULAN DAN KETERBATASAN		68
5.1	SIMPULAN	68
5.2	SARAN	69
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN	69
Daftar Pustaka		71
Lampiran		73
Price Discount (X2)		86
Keputusan Pembelian (Y)		93
UJI. R ²		108
UJI. F		108
UJI. T		109

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4. 2 Data Usia Responden	43
Tabel 4. 3 Data Program Studi Responden	44
Tabel 4. 4 Data Angkatan Responden	44
Tabel 4. 5 Kategori Nilai Masing- Masing	46
Tabel 4. 6 Ditribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Live Streaming Tiktok	47
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Price Discount....	49
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Dari Para responden Variabel Brand Trust	50
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4. 13 Hasil Olah Data Uji T	59
Tabel 4. 14 Hasil Olah Uji F	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R2	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual..... 28

Gambar 4. 1 Logo Lipstik L'Oreal Paris..... 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner	73
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	78
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS	97
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	107
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	108
Lampiran 7 Hasil Uji Simultan (UJI F)	108
Lampiran 8 Hasil Uji Parsial (Uji T)	109