

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KAHF PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

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



Diajukan Oleh :

RIZKY NUHAN MAULANA

NPM : 22420159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh :
RIZKY NUHAN MAULANA
NPM : 22420159

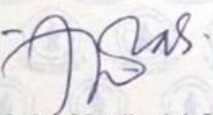
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Atty Erdiana, SE. M. Ak

Tanggal, 28 Jan '26.

KETUA PROGRAM STUDI


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 28 Jan '26

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH *LIVE STREAMING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ONLINE CUSTOMER*
***REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF PADA**
***MARKETPLACE* SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS**
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh :
RIZKY NUHAN MAULANA
NPM : 22420159

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Atty Erdiana, SE. M. Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Dana Aditya, SE., MBA



Dewi Nuraini, SE., M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, ... 28 ... Jan ... 2026



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 28 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Rizky Nugan Mauiana

22420159

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Product Quality*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai hambatan dan keterbatasan. Namun berkat bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran, rahmat, ridho dan kasih sayang-Nya yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Ir Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati M.Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Kartjati, MM., CRA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana, SE. M. Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

6. Kepada kedua orang tua saya yang telah menjadi penyamangat bagi penulis, atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, serta dukungan yang tidak pernah putus sejak awal perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada diri sendiri Rizky Nuhan Maulana, terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Meski dihadapkan pada berbagai keterbatasan dan tekanan tetapi tetap memilih untuk tidak berhenti.
8. Kepada Mayyka Putri Kharisma sosok penting bagi penulis yang sudah menemani penulis dari awal hingga akhir dan tak pernah berhenti untuk selalu menjadi penyemangat di tengah-tengah keraguan yang ada. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
9. Kepada seluruh teman-teman seangkatan Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terima kasih telah memberikan bantuan selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 28 Januari 2026

Penulis



(Rizky Nuhan Maulana)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Live Streaming*, *Product Quality*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk KAHF pada *Marketplace* Shopee dengan studi kasus pada mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah membeli produk KAHF di *Marketplace* Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sedangkan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda yang didukung oleh uji validitas, reliabilitas, uji koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming*, *Product Quality*, dan *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk KAHF, secara parsial. *Live streaming* berperan dalam membangun kepercayaan konsumen melalui interaksi dan penyampaian informasi produk secara langsung, *product quality* meningkatkan keyakinan konsumen terhadap manfaat produk, sedangkan *online customer review* menjadi sumber informasi penting dalam membantu konsumen mengevaluasi produk sebelum membeli. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran digital serta referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Product Quality*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian, Shopee.

ABSTRACT

This study aims to analyse the influence of live streaming, product quality, and online customer reviews on the decision to purchase KAHF products on the Shopee marketplace, using a case study of students at Wijaya Kusuma University in Surabaya. The study uses a quantitative approach with a survey method, in which data is obtained by distributing questionnaires to respondents who have purchased KAHF products on the Shopee marketplace. The sampling technique used purposive sampling, while data analysis was performed using multiple linear regression supported by validity, reliability, coefficient of determination, and t-test. The results showed that Live Streaming, Product Quality, and Online Customer Reviews partially influenced the decision to purchase KAHF products. Live streaming plays a role in building consumer trust through interaction and direct delivery of product information, product quality increases consumer confidence in the benefits of the product, while online customer reviews are an important source of information in helping consumers evaluate products before purchasing. This study is expected to be a consideration for companies in developing digital marketing strategies and a reference for further research.

Keywords: Live Streaming, Product Quality, Online Customer Review, Purchase Decision, Shopee.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat praktis.....	13
1.5 Sistematika Skripsi	14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Consumer Behavior Theory</i>	16
2.1.2 <i>Live Streaming</i>	17
2.1.2.1 Pengertian Live Streaming.....	17
2.1.2.2 Dimensi Live Streaming.....	18
2.1.2.3 Indikator Live Streaming.....	19
2.1.3 <i>Product Quality</i>	20
2.1.3.1 Pengertian Product Quality.....	20
2.1.3.2 Faktor - faktor Product Quality	22
2.1.3.3 Indikator Product Quality	22
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	24
2.1.4.1 Pengertian Online Customer Review.....	24

2.1.4.2	Dimensi Online Customer Review	25
2.1.4.3	Indikator Online Customer Review	26
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	28
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	28
2.1.5.2	Faktor-faktor Keputusan Pembelian	29
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian	30
2.2	Penelitian Sebelumnya	31
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1	Hipotesis.....	37
2.3.1.1	Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.1.2	Pengaruh Product Quality terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.1.3	Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.2	Model Analisis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel Penelitian	41
3.3	Identifikasi Variabel.....	42
3.3.1	Variabel <i>Independen</i> (Bebas).....	42
3.3.2	Variabel <i>Dependen</i> (Terikat).....	42
3.4	Definisi Operasional Variabel	43
3.4.1	<i>Live Streaming</i>	43
3.4.2	<i>Product Quality</i>	44
3.4.3	<i>Online Customer Review</i>	45
3.4.4	Keputusan Pembelian.....	45
3.5	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	46
3.5.1	Jenis Data Penelitian.....	46
3.5.2	Sumber Data Penelitian.....	47
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	47
3.7	Teknik Analisis Data	48
3.7.1	Uji Validitas.....	48
3.7.2	Uji Reliabilitas	49

3.7.3	Uji Regresi Linear Berganda	49
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.7.5	Uji t (Uji Parsial).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Objek Penelitian	52
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Karakteristik Responden	54
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	55
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	56
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	56
4.2.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Angkatan Tahun	57
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.2.2.1	Deskripsi Variabel Live Streaming (X1).....	59
4.2.2.2	Deskripsi Variabel Product Quality (X2).....	60
4.2.2.3	Deskripsi Variabel Online Customer Review (X3).....	61
4.2.2.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.2.3	Hasil Analisis Data	63
4.2.3.1	Uji Validitas.....	63
4.2.3.2	Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	66
4.2.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
1.	Uji Parsial (Uji T).....	69
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.3.1	Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.3.2	Pengaruh Product Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.3.3	Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Keterbatasan Penelitian	77
5.3	Saran.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research GAP Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	7
Tabel 1.2 <i>Research GAP Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	8
Table 1.3 <i>Research GAP Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Angkatan Tahun	57
Tabel 4.6 Kategori Jawaban Responden	59
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	59
Tabel 4.8 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Quality</i> (X2).....	60
Tabel 4.9 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3).....	61
Tabel 4.10 Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (T)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-commerce Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 1.2 10 Brand Pembersih Wajah Pria Terlaris di Shopee Berdasarkan Pangsa Pasar (Kuartal I 2025).....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	39
Gambar 4.1 Produk Perawatan Kulit Untuk Pria	52

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	86
LAMPIRAN 2 DATA TABULASI.....	95
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS.....	113