

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE*  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada  
Media Sosial TikTok)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ANINDITA VELLA PUSPITASARI**  
**NPM.20042010046**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2024**

**PENGARUH KOREAN WAVE, LIVE STREAMING DAN FLASH SALE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada  
Media Sosial TikTok)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Anindita Vella Puspitasari**  
**NPM.20042010046**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KOREAN WAVE, LIVE STREAMING DAN FLASH SALE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCRALETT WHITENING  
(Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial  
TikTok)**

**Disusun Oleh :**

**Anindita Vella Puspitasari**

**NPM. 20042010046**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan**

**PEMBIMBING**

**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB**

**NIP. 198910302020121007**

**Mengetahui,  
DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur-Suratnoaji., M.Si**

**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KOREAN WAVE, LIVE STREAMING DAN FLASH SALE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCRALETT WHITENING  
(Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial  
TikTok)**

**Disusun Oleh :**

**Anindita Vella Puspitasari**

**NPM. 20042010046**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 05 Maret 2024**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB  
NIP. 198910302020121007**

**TIM PENGUJI**

1. Ketua  
**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001**
2. Sekretaris

**Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si  
NIP. 197011012021211004**

3. Anggota

**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB  
NIP. 198910302020121007**

**Mengetahui,**

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anindita Vella Puspitasari  
NIM : 20042010046  
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave*, *Live Streaming* dan *Flash sale* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial TikTok)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 02 April 2024

Yang Menyatakan



( Anindita Vella Puspitasari )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt., karena berkat rahmat dan hidayahNya. Sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan, dengan judul “Pengaruh *Korean Wave*, *Live Streaming* dan *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening Pada Media Sosial TikTok)”.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan membantu memberikan arahan, masukan serta meluangkan waktunya dalam penyusunan proposal skripsi ini. Selain itu, penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan maupun saran dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, MM, MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Yanda Bara S.AB., M.AB selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Skripsi.

4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Ibunda Sri Lestari, Ayahanda Solikan, Kakak Riska Afrita S.N dan Adik Muhammad Syanoval A.P.P seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan Do’a dan dukungan sehingga dapat mengenyam pendidikan perguruan tinggi.
6. Teman-teman jurusan Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan dukungan selalu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Teman-teman anggota grup “Kuliah Demi Skripsi” dan “Ladies Cumlaude / LC Pride” terutama kepada Liza dan Devi sahabat yang memberikan dan mendengarkan keluh kesah sedih dan bahagia dalam cerita perkuliahan hingga sampai di titik penyusunan proposal ini. “Semangat, mari kita berfoto dengan jubah wisuda yang kita impikan”
8. Sufi Hamzah Fansuri seseorang yang senantiasa memberikan waktu dan tenaganya untuk membantu dan memberikan dukungan dalam sudut apapun hingga sampai dititik penyusunan skripsi ini.
9. Dan terima kasih kepada diri saya sendiri yang mampu bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi untuk gelar sarjana yang diimpikan orang tua saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis beranggapan bahwa skripsi karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran diharapkan dapat membangun dan menyempurnakan penulisan proposal skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT senantiasa memberikan berkah dan rahmat yang berlimpah bagi kita semua.

Surabaya, Oktober 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Promosi .....	17
2.2.2 Bentuk-Bentuk Promosi.....	18
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	20
2.2.4 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen .....	21
2.3 Korean Wave .....	22
2.3.1 Pengertian Korean Wave .....	22
2.3.2 Indikator Korean Wave.....	23
2.4 Live Streaming .....	23
2.4.1 Indikator Live Streaming.....	24
2.5 Flash Sale .....	25
2.5.1 Pengertian Flash sale .....	25
2.5.2 Indikator Flash Sale .....	26
2.6 Minat Beli.....	26
2.5.1 Pengertian Minat Beli .....	26
2.5.2 Proses Melakukan Minat Beli.....	27
2.5.3 Indikator Minat Beli .....	28
2.7 Kerangka Berpikir .....	29

2.8 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Definisi Operasional Pengukuran Variabel .....	33
3.2.1 Definisi Operasional .....	33
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	36
<b>Tabel 3.1 Skala Likert .....</b>	<b>36</b>
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel .....	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Sumber Data .....	39
3.4.2 Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data .....	40
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	41
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
3.6 Uji Hipotesis.....	47
3.6.1 Uji F (Simultan).....	48
3.6.2 Uji T (Parsial) .....	50
3.6.3 Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	51
3.7 Waktu Penelitian .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	53
4.1.1 Profil Perusahaan Scarlett Whitening .....	53
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	55
4.1.3 Logo Perusahaan.....	55
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	56
4.2.2 Distribusi Frekuensi Penelitian.....	59

4.2.3 Deskripsi Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	60
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	68
4.3.1 Uji Validitas.....	68
4.3.2 Uji Realibilitas.....	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1 Uji Normalitas.....	71
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.4.3 Uji Heterokedasitas.....	74
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.6 Uji Hipotesis.....	77
4.6.1 Uji F.....	77
4.6.2 Uji T.....	79
4.7 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	82
4.8 Pembahasan.....	83
4.8.1 Pengaruh Korean Wave, Live Streaming dan Flash Sale Secara Positif dan Simultan Terhadap Minat Beli.....	83
4.8.2 Pengaruh Korean Wave Secara Positif dan Parsial Terhadap Minat Beli.....	84
4.8.3 Pengaruh Live Streaming Secara Positif dan Parsial Terhadap Minat Beli.....	86
4.8.4 Pengaruh Flash Sale Secara Positif dan Parsial Terhadap Minat Beli.....	87
4.9 Kendala dalam Penelitian.....	89
4.10 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert .....	36
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili .....	58
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Korean Wave</i> (X1) .....	61
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i> (X2).....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Flash Sale</i> (X3).....	65
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel .....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel.....	73
Tabel 4.12 Persamaan Hasil Regresi.....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4. 16 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna Aktif Media Sosial TikTok .....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2022-2023 .....	6
Gambar 1.3 Akun Official @Scarlett Whitening .....	7
Gambar 1.4 Live Streaming Scarlett Whitening X EXO-L .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	30
Gambar 4. 1 Logo Scarlett Whitening .....	55
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedasitas.....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner.....	96
Lampiran 2 Hasil Data Responden .....	102
Lampiran 3 Hasil Data Kusioner.....	106
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	113
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	117
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas .....	121
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	122
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	123
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	124
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis .....	125
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	126

## **ABSTRACT**

**Anindita Vella Puspitasari (20042010046), *The Impact of the Korean Wave, Live Streaming, and Flash Sale on Consumer Interest in Purchasing Scarlett Whitening Products (A Case Study of Consumer Behavior Regarding Scarlett Whitening Products on TikTok Social Media)***

*Technological advancements have revolutionized the business landscape, prompting a shift towards utilizing the internet and social media as primary channels for modernizing sales and marketing strategies. This study endeavors to investigate and assess the impact of the Korean Wave, Live Streaming, and Flash Sale on the purchasing interest of Scarlett Whitening products on the TikTok social media platform. The research focuses on consumers of Scarlett Whitening products who are active users of the TikTok application and follow the @Scarlett Whitening account. Data collection was conducted through the distribution of online questionnaires using Google Form. Sampling involved 100 respondents selected through Non-Probability Sampling-Purposive Sampling method utilizing the Lemeshow Formula. The data comprises primary data obtained from the questionnaires and secondary data sourced from previous studies, literature, articles, and websites. The findings indicate that collectively, Korean Wave, Live Streaming, and Flash Sale exert a positive influence on the interest in purchasing Scarlett Whitening Products on TikTok. Additionally, each of these factors individually demonstrates a positive and partial impact on the interest in buying Scarlett Whitening products on the TikTok platform.*

**Keywords : Korean Wave, Live Streaming, Flash Sale, Interest in Purchasing, Scarlett Whitening**

## ABSTRAK

**Anindita Vella Puspitasari (20042010046) Pengaruh Korean Wave, Live Streaming dan Flash Sale Terhadap Minat Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Produk Pemutih Scarlett di Media Sosial TikTok)**

Perkembangan teknologi telah mengubah paradigma bisnis dengan mendorong perluasan peran internet dan media sosial sebagai sarana utama dalam memodernisasi strategi penjualan dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis dampak Korean Wave, Live Streaming, dan Flash Sale terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di platform media sosial TikTok. Populasi yang menjadi fokus penelitian adalah konsumen produk Scarlett Whitening yang menggunakan aplikasi TikTok dan mengikuti akun @Scarlett Whitening. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner daring menggunakan Google Form. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Non Probability Sampling-Purposive Sampling* dengan Rumus *Lemeshow*, melibatkan 100 responden. Data terdiri dari dua jenis, yaitu data primer (dari kuesioner) dan data sekunder (berupa studi sebelumnya, literatur, artikel, dan situs web). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave*, *Live Streaming*, dan *Flash Sale* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di TikTok, serta *Korean Wave*, *Live Streaming*, dan *Flash Sale* memiliki pengaruh positif dan parsial terhadap minat beli produk Scarlett Whitening di platform media sosial TikTok.

**Kata Kunci : Korean Wave, Live Streaming, Flash Sale, Minat Beli, Scarlett Whitening**