

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *DISCOUNT*, *CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI TIKTOK SHOP**

(Survey Pada Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AUDINA FARAH DEWINTHA TUAPATTINAYA

20042010098

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 LIVE STREAMING, DISCOUNT, DAN CUSTOMER TRUST
TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI TIKTOK SHOP**
(Survey Pada Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur)


Disusun Oleh :
AUDINA FARAH DEWINTHA TUAPATTINAYA
20042010098

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoall, M.Si
NIP:196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING, DISCOUNT, CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI TIKTOK SHOP**

Disusun Oleh :

Audina Farah Dewintha T
NPM. 20042010098

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 28 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

1. Ketua

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

3. Anggota

Indah Respati Kusumasari, S.Sos, M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Audina Farah Dewintha Tuapattinaya

NPM : 20042010098

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

PENGARUH LIVE STREAMING, DISCOUNT, CUSTOMER TRUST TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI TIKTOK SHOP

(Survey Pada Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Audina Farah Dewintha T

NPM. 20042010098

KATA PENGANTAR

Sesungguhnya segala puji hanyalah milik Allah SWT, kita memuji, meminta pertolongan dan memohon ampunan hanya kepadaNya. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun penulis pada proposal ini mengambil judul “Pengaruh *Live Streaming, Discount, dan Customer Trust* terhadap *Impulsive Buying* pada TikTok Shop (Survey pada Kota Surabaya, Jawa Timur)”

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih pada Ibu Dra. Siti Ning Farida. M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama penyusunan skripsi.

Dengan kemampuan serta pengetahuan yang terbatas penulis menyadari bahwa hasil dari penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, sehingga penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis senantiasa mengharapkan adanya saran dan kritik. Serta besar harapan penulis mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan, baik secara langsung, maupun tidak langsung, sehingga penyusunan skripsi ini dapat

diselesaikan. Pada kesempatan ini pula penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
2. Koorprodi Administrasi Bisnis Dr. Acep Samsudin., S, Sos., MM., MA
3. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang berjasa memberi ilmu selama perkuliahan berlangsung.
4. Orang tua saya, Dewi Mahareni atas semua dukungan dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, sehingga bisa terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhir kata semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Tak lupa penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dalam skripsi ini.

Surabaya, 19 Maret 2024

DAFTAR ISI

Lembar persetujuan	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
AUDINA FARAH DEWINTHA TUAPATTINAYA, 20042010098, THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, DISCOUNT, CUSTOMER TRUST ON IMPULSIVE BUYING IN TIKTOK SHOP.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.2 Pemasaran	19
2.1.3 Perilaku Konsumen	20
2.1.4 <i>Impulsive Buying</i>	21
a. Pengetian <i>Impulsive Buying</i>	21
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	22
c. Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	23
d. Tipe-tipe Pembelian <i>Impulsive Buying</i>	24
f. Indikator-indikator <i>Impulsive Buying</i>	26
2.1.5 <i>Live Streaming</i>	26
a. Pengertian <i>Live Streaming</i>	26
b. Jenis Aplikasi Video <i>Live Streaming</i>	27
c. Indikator <i>Live Streaming</i>	28
2.1.6 <i>Discount</i>	28

a.	Pengertian <i>Discount</i>	28
b.	Macam-macam <i>Discount</i>	29
c.	Faktor-faktor Pemberian <i>Discount</i>	31
d.	Indikator <i>Discount</i>	31
2.1.7	<i>Trust</i>	32
a.	Pengertian <i>Trust</i>	32
b.	Faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan (<i>trust</i>).....	32
c.	Unsur-unsur kepercayaan (<i>trust</i>).....	36
d.	Indikator kepercayaan (<i>trust</i>)	38
2.2	Hubungan Antar Variabel Penelitian	39
a.	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	39
b.	Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	40
2.	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	41
2.3	Kerangka Pemikiran	43
2.4	Hipotesis	45
BAB III.....		46
METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Teknik Pengambilan Sampel	48
3.2.3	Sampel.....	48
3.2.4	Besaran Sampel.....	48
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4	Klasifikasi Variabel Penelitian	50
3.4.1	Variabel Independen.....	50
3.4.2	Variabel Dependen	50
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	50
3.5.1	Variabel Independent (variabel bebas).....	51
3.5.2	Variabel Dependent (variabel terikat)	52
3.6	Skala Pengukuran Variabel	53
3.7	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	54
3.7.1	Uji Validitas	54

3.7.2 Uji Realibilitas.....	55
3.8 Uji Asumsi Klasik	55
3.8.1 Uji Multikolinearitas.....	56
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	57
3.8.3 Uji Normalitas	57
3.9 Metode Analisis Data	58
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	58
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.10 Uji Hipotesis	60
3.10.1 Uji F	60
3.10.2 Uji t.....	61
3.10.3 Koefisien Determinasi	63
BAB IV	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Hasil Penelitian.....	64
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	64
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	66
4.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas	72
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.1.5 Analisis Kuantitatif	75
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.2.1 Pengaruh <i>live streaming</i> , <i>discount</i> , dan <i>customer trust</i> berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap <i>impulsive buying</i> pada TikTok Shop di Masyarakat Kota Surabaya Jawa Timur.....	81
4.2.2 Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap <i>impulsive buying</i> pada TikTok Shop di Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur	82
4.2.3 Pengaruh <i>discount</i> terhadap <i>impulsive buying</i> pada TikTok Shop di Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur	83
4.2.4 Pengaruh <i>customer trust</i> terhadap <i>impulsive buying</i> pada TikTok Shop di Masyarakat Kota Surabaya, Jawa Timur.	84
BAB V.....	85
PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	85

DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89
LAMPIRAN 1 : KUESIONER	89
1. LIVE STREAMING (X1).....	92
2. DISCOUNT (X2).....	92
3. CUSTOMER TRUST (X3)	93
4. IMPULSIVE BUYING (Y).....	93
LAMPIRAN 2 : DATA RESPONDEN	95
LAMPIRAN 3: TABULASI DATA 30 RESPONDEN	108
VARIABEL LIVE STREAMING (X1).....	108
VARIABEL DISCOUNT (X2)	109
VARIABEL CUSTOMER TRUST (X3)	110
VARIABEL IMPULSIVE BUYING (Y)	111
LAMPIRAN 4 : TABULASI 110 RESPONDEN	112
VARIABEL LIVE STREAMING (X1).....	112
VARIABEL DISCOUNT (X2)	114
VARIABEL CUSTOMER TRUST (X3).....	117
VARIABEL IMPULSIVE BUYING (Y)	120
LAMPIRAN 5 : UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS.....	123
VARIABEL LIVE STREAMING (X1).....	123
VARIABEL DISCOUNT (X2)	125
VARIABEL CUSTOMER TRUST (X3).....	127
VARIABEL IMPULSIVE BUYING (Y)	128
LAMPIRAN 6 : UJI ASUMSI KLASIK.....	131
LAMPIRAN 7 : UJI DESKRIPTIF	135
LAMPIRAN 8 : UJI HIPOTESIS.....	148

ABSTRAK

**AUDINA FARAH DEWINTHA TUAPATTINAYA, 20042010098,
PENGARUH LIVE STREAMING, DISCOUNT, CUSTOMER TRUST
TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI TIKTOK SHOP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *live streaming, discount, customer trust* terhadap *impulsive buying* di TikTok Shop baik secara simultan maupun parsial. Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena semakin banyaknya terjadi *impulsive buying* yang terjadi pada *e-commerce*. Persaingan saat ini semakin kuat dan ketat. Sehingga TikTok Shop harus mempunyai strategi yang kuat pula untuk menghadapi persaingan tersebut. Salah satu strategi yang kuat misalnya dengan adanya dengan menyediakan fitur *live streaming, pemberian discount, serta mengedepankan customer trust* untuk keberlanjutan TikTok Shop kedepannya. Penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) yakni *Live Streaming, Discount, Customer Trust* serta variabel terikat (Y) yaitu *Impulsive Buying*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling sebanyak 100 responden pengguna aplikasi TikTok Shop. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan hasil pengujian menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji f dan uji t. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial “*Live Streaming* dan *Customer Trust*” memiliki pengaruh signifikan dan positif sedangkan untuk variabel *Discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying* di TikTok Shop. Serta secara simultan *Live Streaming, Discount, Customer Trust* berpengaruh signifikan dan positif sebesar % terhadap *Impulsive Buying* di TikTok Shop.

Kata Kunci : Live Streaming, Discount, Customer Trust, Impulsive Buying

ABSTRACT

AUDINA FARAH DEWINTHA TUAPATTINAYA, 20042010098, THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, DISCOUNT, CUSTOMER TRUST ON IMPULSIVE BUYING IN TIKTOK SHOP.

This research aims to determine and analyze the influence of live streaming, discounts, customer trust on impulsive buying at TikTok Shop, both simultaneously and partially. The research in this thesis is motivated by the phenomenon of increasing numbers of impulsive buying occurring in e-commerce. Competition is currently getting stronger and tighter. So TikTok Shop must also have a strong strategy to face this competition. One strong strategy, for example, is by providing a live streaming feature, giving discounts, and prioritizing customer trust for the sustainability of the TikTok Shop in the future. This research uses the independent variable (X), namely Live Streaming, Discount, Customer Trust and the dependent variable (Y), namely Impulsive Buying. This research uses an associative quantitative method with a purposive sampling technique of 100 respondents who use the TikTok Shop application. The data collection method uses a questionnaire. Instrument testing uses validity and reliability tests and the test results show that the entire instrument is declared valid and reliable. The data analysis technique uses multiple linear regression, classical assumption test, f test and t test. The results of this research are that partially "Live Streaming and Customer Trust" have a significant and positive influence, while the Discount variable has no significant influence on Impulsive Buying in the TikTok Shop. And simultaneously Live Streaming, Discounts, Customer Trust have a significant and positive % effect on Impulsive Buying in the TikTok Shop.

Keywords: Live Streaming, Discount, Customer Trust, Impulsive Buying