

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE*, DAN
CUSTOMER TRUST TERHADAP *IMPULSE BUYING***
(Studi Pada Konsumen yang Membeli Produk Kosmetik *Glad2Glow*
Perfect Cover Cushion Pada Aplikasi *Shopee* di Sidoarjo)

SKRIPSI



Oleh:

Agustin Nur Awaliah
NPM. 21042010110

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE*, DAN *CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Pada Konsumen yang Membeli Produk Kosmetik *Glad2Glow Perfect*

***Cover Cushion* Pada Aplikasi *Shopee* di Sidoarjo)**

Disusun Oleh :

AGUSTIN NURAWALIAH

NPM. 21042010110

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si

NIP. 197011012021211004

Mengetahui,

DEKAN

Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE*, DAN *CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Pada Konsumen yang Membeli Produk Kosmetik *Glad2Glow Perfect Cover
Cushion* Pada Aplikasi *Shopee* di Sidoarjo)**

Disusun Oleh :

AGUSTIN NUR AWALIAH
NPM. 21042010110

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 4 Juni 2025

Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 19640729032001

2. Sekretaris


Sumainah Fauziah, S.AB, M.AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Menyetujui,

DEKAN
Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Dr. Catur Suratnoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustin Nur Awaliah
NPM : 21042010110
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 10 Juni 2025
Yang membuat pernyataan


Agustin Nur Awaliah
NPM: 21042010110

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale, Dan Customer Trust Terhadap Impulse Buying*** (Studi pada Konsumen yang membeli Produk Kosmetik *Glad2Glow Perfect Cover Cushion* pada Aplikasi *Shopee* di Sidoarjo)”. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekuarangan teknis maupun penyusunan. Dengan demikian, penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang bermanfaat untuk skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh sebab itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan serta motivasi kepada peneliti. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu atas kelancaran dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuna kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan do’a dan dukungan tiada henti kepada penulis.
5. Sahabat dan saudara yang telah memberikan motivasi. Terutama kepada Nadilla Putri Pertiwi dan Sukaina Abir Silvia yang sudah kebersamai penulis, membantu dan menyemangati penulis.

6. Teman – teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat, informasi, motivasi, dan saling mendoakan.
7. Kepada satu nama yang tidak bisa saya sebutkan. Terimakasih sudah menghibur, sabar, meluangkan waktu, memberikan semangat dan menjadi salah satu sumber motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih telah menemani mulai skripsi ini ditulis hingga terselesaikan dengan baik, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berbahagialah kamu dimanapun kamu berada, sampai jumpa dititik terbaik menurut takdir.
8. Terakhir, untuk diri sendiri. Maaf jika perjalanannya tidak selancar yang lain, tapi terimakasih kamu mampu bertahan dan berhasil menyelesaikan salah satu dari kewajibanmu. Terimakasih karena tidak kenal menyerah ditengah riuhnya isi kepala dan sesulit apapun rintangan dalam proses penyusunan skripsi ini. Kamu patut diapresiasi atas pencapaian yang sudah kamu raih.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Selain itu, penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 01 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Pemasaram Digital	18
2.2.3 Perilaku Konsumen	20
2.2.4 <i>Live Streaming</i>	22
2.2.5 <i>Flash Sale</i>	24
2.2.6 <i>Customer Trust</i>	26
2.2.7 <i>Impulsive buying</i>	27

2.3 Kerangka Berfikir.....	29
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1 Definisi Operasional	33
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	43
3.3 Populas, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1 Jenis Data	47
3.4.2 Sumber Data.....	47
3.4.3 Metode Pengumpulan data.....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Validitas	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
3.6 Uji Hipotesis	57
3.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	57
3.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	59
3.7 Jadwal Penelitian.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Hasil	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	66
4.2 Analisis Data Penelitian	85
4.2.1 Uji Validitas	85

4.2.2 Uji Reliabilitas	86
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	87
4.2.4 Uji Hipotesis	93
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Pengaruh Simultan <i>Live streaming</i> (X_1), <i>Flash sale</i> (X_2), <i>Customer trust</i> (X_3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	96
4.3.2 Pengaruh <i>Live streaming</i> (X_1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	98
4.3.3 Pengaruh <i>Flash sale</i> (X_2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	99
4.3.4 Pengaruh <i>Customer trust</i> (X_3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	101
4.4 Kendala Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Flash sale Glad2glow Perfect Cover Cushion</i>	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 3. 1 Uji Normalitas (P-Plot)	52
Gambar 3. 2 Uji F Simultan	58
Gambar 3. 3 Uji T Parsial	60
Gambar 4. 1 Logo Glad2glow	64
Gambar 4. 2 Produk Glad2glow.....	66
Gambar 4. 3 P-Plot Uji Normalitas	87
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> Jual Beli Online di Indonesia.....	2
Tabel 3. 1 Tabel Devinisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden	44
Tabel 3. 3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 5 Kriteria Rata-Rata Tanggapan Responden.....	70
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Live Streaming	71
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Flash Sale (X2)	75
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Customer Trust	79
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i>	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	88
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi	91
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Simultan).....	94
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	94
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Responden.....	122
Lampiran 3. Hasil Analisis data	141

ABSTRAKSI

Agustin Nur Awaliah, 21042010110, Pengaruh *Live Streaming*, *Flash Sale*, dan *Customer Trust* Terhadap *Impulse Buying* (Studi pada Konsumen yang Membeli Produk Kosmetik *Glad2Glow Perfect Cover Cushion* pada Aplikasi Shopee di Sidoarjo)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen, dari belanja tradisional menuju belanja online. Shopee sebagai platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara mengalami peningkatan kunjungan signifikan sejak tahun 2021. Strategi seperti live streaming dan flash sale kerap dimanfaatkan pelaku bisnis, termasuk merek kosmetik *Glad2glow*, untuk menarik konsumen dan memicu pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *live streaming*, *flash sale*, dan *customer trust* terhadap *impulsive buying* konsumen produk *Glad2glow Perfect Cover Cushion* di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data secara survei online dengan menyebarkan kuesioner. Sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden pengguna Shopee yang berdomisili di Sidoarjo. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Namun, secara parsial hanya flash sale yang berpengaruh signifikan, sedangkan live streaming dan customer trust tidak. Temuan ini menunjukkan pentingnya promosi berbatas waktu dalam mendorong pembelian impulsif di e-commerce.

Kata kunci: *live streaming*, *flash sale*, *customer trust*, *Impulse buying*, Shopee.

ABSTRACT

Agustin Nur Awaliah, 21042010110, *The Influence of Live Streaming, Flash Sale, and Customer Trust on Impulse Buying (A Study on Consumers Purchasing Glad2Glow Perfect Cover Cushion Cosmetic Products via the Shopee Application in Sidoarjo)*

The development of digital technology has transformed consumer behavior from traditional shopping to online shopping. Shopee, as a leading e-commerce platform in Southeast Asia, has experienced a significant increase in traffic since 2021. Strategies such as live streaming and flash sales are often utilized by businesses, including the cosmetic brand Glad2glow, to attract consumers and trigger impulse buying. This study aims to analyze the influence of live streaming, flash sales, and customer trust on the impulse buying behavior of consumers purchasing Glad2glow Perfect Cover Cushion products on Shopee. This research uses a quantitative approach with data collected through an online survey by distributing questionnaires. The sample consisted of 110 Shopee users residing in Sidoarjo. Data analysis was carried out using SPSS version 30. The results show that simultaneously, the three variables have a significant influence on impulse buying. However, partially, only flash sales have a significant effect, while live streaming and customer trust do not. These findings highlight the importance of time-limited promotions in driving impulse buying in e-commerce.

Keywords: *live streaming, flash sale, customer trust, Impulse buying, Shopee.*