

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK SOMETHINC

(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai konsumen produk

Somethinc yang belanja di Shopee)

SKRIPSI



Oleh:

WIRDA FITRIA SAHILA

NPM. 21042010244

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK SOMETHINC

**(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai konsumen produk
Something yang belanja di Shopee)**

SKRIPSI



Oleh:

WIRDA FITRIA SAHILA

NPM. 21042010244

**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*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *SOMETHINC*

**(Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai konsumen produk
Something yang belanja di Shopee)**

Disusun Oleh:

WIRDA FITRIA SAHILA

NPM. 21042010244

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP. 196406291990032000

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT, DAN ONLINE CUSTOMER
REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SOMETHINC**
(Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai konsumen
produk Somethinc yang belanja di Shopee)

Disusun Oleh :

WIRDA FITRIA SAHILA
NPM. 21042010244

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

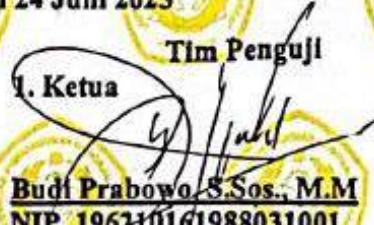
Pada Tanggal 24 Juni 2025

Pembimbing Utama


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

Tim Penguji

1. Ketua


Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris


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

3. Anggota


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

Mengetahui,
DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Drs. Catur Suratnoali, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wirda Fitria Sahila
NPM : 21042010244
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 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, 03 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Wirda Fitria Sahila
NPM. 21042010244

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Live Streaming, Price Discount, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Produk Somethinc (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai konsumen produk Somethinc yang belanja di Shopee)”*** dengan lancar meskipun banyak kekurangan dalam pengerjaannya.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi banyak sekali dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu **Dra. Siti Ning Farida M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan segenap waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

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.M., 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 program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan memotivasi penulis baik secara materil maupun non-materil selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman terdekat penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan yaitu Chika, Kinan, Anggun, Mayra, dan Meidya yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, terutama bagi penulis sendiri. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa selalu melimpahkan petunjuk dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Surabaya, 24 Juni 2025



Wirda Fitria Sahila

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 <i>E-Commerce</i>	22
2.2.3 Perilaku Konsumen	25
2.2.4 <i>Live Streaming</i>	27
2.2.5 <i>Price Discount</i>	28
2.2.6 <i>Online Customer Review</i>	30
2.2.7 <i>Purchase Intention</i>	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Hubungan <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
2.3.2 Hubungan <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
2.3.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .	
.....	36
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
2.5 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.2.1 Definisi Operasional	39

3.2.2 Pengukuran Variabel.....	44
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Sumber Data.....	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas	52
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.5.5 Uji Hipotesis	55
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
3.6 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2 Penyajian Data	63
4.2.1 Data Responden	63
4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	66
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel	67
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	80
4.3.1 Uji Validitas	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	82
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1 Uji Normalitas.....	83
4.4.2 Uji Multikolinearitas	84
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
4.6 Hasil Uji Hipotesis	88
4.6.1 Uji F (Simultan)	88
4.6.2 Uji t (Parsial).....	91
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96
4.8 Pembahasan.....	97
4.8.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1), <i>Price Discount</i> (X2) dan	

<i>Online Customer Review (X3) Terhadap Purchase Intention (Y)</i>	97
4.8.2 Pengaruh Secara Parsial <i>Live Streaming (X1) Terhadap Purchase Intention (Y)</i>	100
4.8.3 Pengaruh Secara Parsial <i>Price Discount (X2) Terhadap Purchase Intention (Y)</i>	101
4.8.4 Pengaruh Secara Parsial <i>Online Customer Review (X3) Terhadap Purchase Intention (Y)</i>	102
4.9 Matriks Hasil Penelitian.....	105
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja Online.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Transaksi E-Commerce Kategori Produk	4
Gambar 1. 3 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris	5
Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce Indonesia	6
Gambar 1. 5 Platform Live Shopping Terpopuler di Indonesia 2024.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 3. 1 Kurva Distribusi Uji F	57
Gambar 3. 2 Kurva Distribusi Uji t	59
Gambar 4. 1 Logo Somethinc.....	63
Gambar 4. 2 Normal P Plot	84
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Gambar 4. 4 Kurva Uji F (Simultan).....	90
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Variabel Live Streaming (X1)	93
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Variabel Price Discount (X2)	94
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Variabel Online Customer Review (X3)	96

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert.....	45
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	65
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Fakultas Responden	66
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Live Streaming (X1).....	68
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Price Discount (X2).....	71
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Online Customer Review (X3).....	74
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Purchase Intention (Y).....	77
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial).....	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	97
Tabel 4. 16 Matriks Hasil Penelitian	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Live Streaming (X1).....	128
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Price Discount (X2).....	131
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X3)	134
Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Purchase Intention (Y).....	137
Lampiran 6. Uji Validitas.....	140
Lampiran 7. Uji Reliabilitas	144
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik.....	146
Lampiran 9. Uji Analisis regresi Linier Berganda.....	147
Lampiran 10. Uji F (Simultan).....	148
Lampiran 11. Uji t (Parsial).....	148
Lampiran 12. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	148
Lampiran 13. Hasil Turnitin.....	149
Lampiran 14. LoA Jurnal	150

ABSTRAK

**WIRDA FITRIA SAHILA, 21042010244, PENGARUH *LIVE STREAMING*,
PRICE DISCOUNT, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK SOMETHINC
(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai konsumen produk
Somethinc yang belanja di Shopee)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Live Streaming*, *Price Discount*, dan *Online Customer Review* baik secara simultan maupun parsial terhadap *Purchase Intention* konsumen terhadap produk Somethinc di platform Shopee. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala *Likert* dengan kriteria mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif UPN "Veteran" Jawa Timur, dengan sampel sebanyak 100 responden yang memiliki akun Shopee dan telah membeli produk Somethinc minimal dua kali. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Live Streaming*, *Price Discount*, dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Secara parsial, variabel *Live Streaming* dan *Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, sedangkan variabel *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* konsumen terhadap produk Somethinc di Shopee.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Price Discount*, *Online Customer Review*, *Purchase Intention*

ABSTRACT

**WIRDA FITRIA SAHILA, 21042010244, THE INFLUENCE OF LIVE
STREAMING, PRICE DISCOUNT, AND ONLINE CUSTOMER REVIEW
ON PURCHASE INTENTION OF SOMETHINC PRODUCTS
(A Study on Students of UPN “Veteran” East Java as Consumers of Somethinc
Products Shopping on Shopee)**

This study aims to determine the significant influence of Live Streaming, Price Discount, and Online Customer Review both simultaneously and partially on consumer Purchase Intention for Somethinc products on the Shopee platform. This research is associative in nature with a quantitative approach. Variable measurement was conducted using a Likert scale with criteria ranging from strongly disagree to strongly agree. The sampling technique employed was probability sampling with a simple random sampling approach. The population in this study consists of active students at UPN "Veteran" East Java, with a sample of 100 respondents who have Shopee accounts and have purchased Somethinc products at least twice. Data collection was conducted using a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique used SPSS version 27. The results of the study show that the variables Live Streaming, Price Discount, and Online Customer Review simultaneously have a significant effect on Purchase Intention. Partially, the variables Live Streaming and Price Discount have a significant effect on Purchase Intention, while the Online Customer Review variable does not have a significant effect on consumer Purchase Intention for Somethinc products on Shopee.

Keywords: *Live Streaming, Price Discount, Online Customer Review, Purchase Intention*