

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC DI
SHOPEE**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

YUSUF RISFIAN FAKHRUDDIN
21012010179/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC DI SHOPEE**

Disusun Oleh:

YUSUF RISFIAN FAKHRUDDIN
21012010179/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 4 Juli 2025**

Dosen Pembimbing Utama



Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M.
NIP. 196106261988031001

**Tim Penguji
Ketua**



Dra. Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si
NIP. 196605161991032001

Anggota



Drs. Ec. Bowo Santoso, M.M.
NIPPPK. 196207282021211001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuf Risfian Fakhruddin
NPM : 21012010179
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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, 8 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Yusuf Risfian Fakhruddin
NPM. 21012010179

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Online Customer Review* dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Tmur.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang tiada terbatas dan kepada Rasullulah SAW yang telah memberikan tuntunan akhlak yang mulia.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhamd Fauzi, M.MT., selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec.Tri Kartika P., MSI., CRP., selaku dekan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur.

5. Bapak Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan, arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
7. Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi tanpa henti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Marsanda Amelia Putri selaku partner terbaik yang selalu memotivasi, memberi semangat selama penyusunan skripsi.
9. Arif Noer Vikri dan Arbi Nuron Fahmi sebagai teman seperjuangan yang selalu menemani dan saling memberi dukungan selama empat tahun melakukan studi Manajemen hingga proses penyusunan skripsi berakhir.
10. Saya.
11. Semua pihak penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Surabaya, 10 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	19
2.2.3 <i>Online Customer Review</i>	20
2.2.3.1 <i>Indikator Online Customer Review</i>	21
2.2.4 <i>Live Streaming</i>	22

2.2.4.1 Indikator <i>Live Streaming</i>	25
2.2.5 Perilaku Konsumen	27
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
2.2.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian	33
2.3.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	33
2.3.2 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4 Kerangka Konseptual	35
2.5 Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.1.1 Definisi Operasional.....	37
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	41
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	44

3.4.1 Teknik Analisis Data.....	44
3.4.2 Cara Kerja PLS	45
3.4.3 Langkah-Langkah PLS.....	46
3.5.5 Asumsi PLS.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	54
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1):.....	54
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i> (X2).....	57
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	60
4.3.1.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	60
4.3.1.2 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	65
4.4 Pembahasan.....	69
4.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	69
4.4.2 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran	76

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Online Customer Review	55
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Live Streaming.....	57
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.6 Outer Loadings.....	61
Tabel 4.7 Discriminant Validity.....	62
Tabel 4.8 Cross Loading	62
Tabel 4.9 Discriminant Validity.....	64
Tabel 4.10 Composite Reliability	64
Tabel 4.11 R-Square.....	65
Tabel 4.12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas belanja online mingguan di Indonesia pada tahun 2024 ...	2
Gambar 1.2 E-Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Dikalangan Generasi Milenial dan Generasi Z.....	4
Gambar 1.3 Foto produk Skintific	5
Gambar 1.4 Tren penjualan bulanan brand kategori paket kecantikan	6
Gambar 1.5 Tren penjualan bulanan brand kategori paket kecantikan.....	7
Gambar 1.6 Proses Live Streaming yang dilakukan oleh Skintific	8
Gambar 1.7 Bentuk Online Customer Review untuk Moisturizer Skintific	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.1 Diagram Jalur Partial Least Square.....	47
Gambar 4.1 Model PLS.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	76
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	81
Lampiran 3 Frekuensi Data Identitas Responden	84
Lampiran 4 Frekuensi Data Jawab Responden	85
Lampiran 5 Hasil Olah Data	90

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC DI
SHOPEE**

Oleh:

YUSUF RISFIAN FAKHRUDDIN
21012010179/FEB/EM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian produk Skintific di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Surabaya, dengan sampel sebanyak 90 responden yang memenuhi kriteria: berusia 13–28 tahun, berdomisili atau berada di Surabaya Timur, merupakan pengguna aktif Shopee dalam satu tahun terakhir, pernah menonton dan mengikuti live streaming akun Shopee @SkintificOfficialStore, serta memiliki pengalaman membaca *online customer review* sebelum melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Instrumen disusun menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *online customer review* maupun *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi konten *live streaming* serta ulasan positif pelanggan untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, *Online Customer Review*, *Live Streaming*