

**PENGARUH PROMO TANGGAL KEMBAR, LIVE TIKTOK SHOP, DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK
MAKE UP SKINTIFIC**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI

NPM. 21042010084

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

2025

**PENGARUH PROMO TANGGAL KEMBAR, LIVE TIKTOK SHOP, DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK
MAKE UP SKINTIFIC**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI

NPM. 21042010084

**KEMENTRIAN 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 PROMO TANGGAL KEMBAR, LIVE TIKTOK SHOP, DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK
MAKE UP SKINTIFIC DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI

21042010084

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Ety Dwi Susanti, M. Si

NIP. 1968050119940322001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PROMO TANGGAL KEMBAR, LIVE TIKTOK SHOP DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK MAKE
UP SKINTIFIC

Oleh :
NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI
21042010290

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 16 Juli 2025

Tim Penguji :

Dosen Pembimbing

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 1968050119940322001

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007
2. Sekretaris

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 1968050119940322001
3. Anggota

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., M.A.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabhila Maharani Cahya Putri
NPM : 21042010084
Program : Sarjana (S1) Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu 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, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Nabhila Maharani C.P.
NPM. 21042010084

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Promo Tanggal Kembar, Live TikTok Shop, dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Make Up Skintific” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya 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.
4. Seluruh staff dan karyawan pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu dan memberikan dukungan penulis dalam menjalankan program studi selama ini.

5. Orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Agnesya Putri, Shafanissa, Shelly Anisa, Shafa, Alicia, Anita selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Azarine Tahniah selaku sahabat yang selalu membantu dalam proses penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Surabaya, 15 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	20
2.2.3 Promo Tanggal Kembar	25
2.2.4 Live TikTok Shop	28
2.2.5 Gratis Ongkir.....	32
2.3 Hipotesis Hubungan Antar Variabel.....	35
2.3.1 Hipotesis Hubungan Promo Tanggal Kembar Terhadap Perilaku Konsumtif.....	35
2.3.2 Hipotesis Hubungan Live TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif.....	36
2.3.3 Hipotesis Hubungan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif	37
2.4 Kerangka Berpikir.....	38
2.5 Hipotesis Penelitian	39
BAB III_METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41

3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.2.1	Definisi Operasional.....	42
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	Teknik Penarikan Sampel	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Jenis Data	48
3.4.2	Sumber Data.....	49
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.6	Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	52
3.6.3	Analisa SPSS.....	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1	Profil Perusahaan	59
4.1.2	Logo Perusahaan	61
4.1.3	Visi dan Misi.....	63
4.2	Penyajian Data	64
4.2.1	Karakteristik Responden	64
4.2.2	Variabel - Variabel Penelitian.....	66
4.3	Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	77
4.3.1	Uji Validitas	77
4.3.2	Uji Reabilitas.....	78
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.3.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.3.5	Hasil koefisien Determinasi (R^2)	85
4.3.6	Uji Hapotesis.....	86
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	93

4.4.1	Pembahasan Secara Parsial (Uji t)	93
4.4.2	Pembahasan Secara Simultan (Uji F).....	98
BAB V PENUTUP		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengaruh Program Gratis Ongkir	3
Gambar 1.2 Penjualan Double Date.....	6
Gambar 4. 1 Logo Skintific.....	61
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas	80
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di TikTok Shop per bulan.....	65
Tabel 4. 4 Distribusi Tanggapan Responden Tentang Variabel Promo Tanggal Kembar (X1)	66
Tabel 4. 5 Distribusi Tanggapan Responden Tentang Variabel Live Tiktok Shop (X2)	69
Tabel 4. 6 Distribusi Tanggapan Responden Tentang Variabel Gratis Ongkir (X3)	71
Tabel 4. 7 Distribusi Tanggapan Responden Tentang Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	74
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 9 Uji Reabilitas	79
Tabel 4. 10 Kolmogorov-Smirnov Test	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4. 14 Hasil R Square	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	87
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	92
Tabel 4. 17 Review Penelitian Terdahulu	99m

ABSTRAK

NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI, PENGARUH PROMO TANGGAL KEMBAR, LIVE TIKTOKS SHOP DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK MAKE UP SKINTIFIC

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi pemasaran digital seperti promo tanggal kembar, siaran langsung TikTok Shop, dan program gratis ongkir terhadap perilaku konsumtif konsumen terhadap produk make up dari merek Skintific. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pergeseran pola belanja masyarakat akibat pesatnya perkembangan teknologi digital, khususnya dalam bidang produk kecantikan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah bertransaksi produk Skintific melalui TikTok Shop, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel secara terpisah maupun bersama-sama terhadap perilaku konsumtif. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel, baik secara individu maupun bersama, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif konsumen. Temuan ini memberikan gambaran bahwa perpaduan strategi promosi digital dan pemanfaatan platform media sosial berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian, terutama di kalangan pengguna produk kecantikan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi jangka panjang.

Kata kunci: Promo Tanggal Kembar, TikTok Live, Gratis Ongkir, Perilaku Konsumtif, Skintific

ABSTRACT

NABHILA MAHARANI CAHYA PUTRI, THE EFFECT OF TWIN DATE PROMOS, LIVE TIKTOK SHOP, AND FREE SHIPPING ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF SKINTIFIC MAKEUP PRODUCTS

This study aims to analyze the influence of digital marketing strategies—namely double date promotions, TikTok Shop live streams, and free shipping—on consumers' consumptive behavior toward Skintific makeup products. The study is grounded in the context of shifting shopping patterns influenced by the rapid growth of digital technology, particularly in the beauty industry. Employing a quantitative approach with an associative method, data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had purchased Skintific products via TikTok Shop. The data were analyzed using multiple linear regression to assess both the individual and combined impact of the three promotional variables on consumer behavior. The findings reveal that each of the three strategies, as well as their combined application, significantly influence consumer buying tendencies. These results suggest that the integration of digital promotions with interactive social media platforms plays a crucial role in stimulating purchasing behavior, especially among beauty product consumers. This research is expected to provide valuable insights for businesses in crafting more impactful and sustainable marketing strategies.

Keywords: Double-Date Promotion, TikTok Live, Free Shipping, Consumer Behavior, Skintific