

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, HARGA, DAN GRATIS ONGKIR
TERHADAP MINAT BELI PADA *FASHION THRIFT* DI TIKTOK SHOP
(Studi pada Akun TikTok @omsdailywear)**

SKRIPSI



Oleh:

DEWY LISTIYANI
NPM. 22042010183

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, HARGA, DAN GRATIS ONGKIR
TERHADAP MINAT BELI PADA *FASHION THRIFT* DI TIKTOK SHOP
(Studi pada Akun TikTok @omsdailywear)**

SKRIPSI



Oleh:

DEWY LISTIYANI
NPM. 22042010183

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, HARGA, DAN GRATIS ONGKIR
TERHADAP MINAT BELI PADA *FASHION THRIFT* DI TIKTOK SHOP
(Studi pada Akun TikTok @omsdailywear)**

Disusun Oleh:

DEWY LISTIYANI
NPM. 22042010183

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIP. 197712042025211022

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, HARGA, DAN GRATIS ONGKIR
TERHADAP MINAT BELI PADA *FASHION THRIFT* DI TIKTOK SHOP
(Studi pada Akun TikTok @omsdailywear)**

Disusun Oleh:

DEWY LISTIYANI

NPM. 22042010183

**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 08 Mei 2026**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIP. 197712042025211022

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

2. Sekretaris

Dr. Dyah Widowati, S.H., M.M
NIP. 196408141993032001

3. Anggota

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIP. 197712042025211022

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewy Listiyani
NPM : 22042010183
Program Studi : Administrasi Bisnis
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/Disertasi~~ 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, 08 Mei 2026
Yang membuat pernyataan



Dewy Listiyani
NPM.22042010183

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, Harga, dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli pada *Fashion Thrift* di Tiktok Shop (Studi pada Akun Tiktok @omsdailywear)”, dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Sehubungan dengan selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih penulis sampaikan. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. 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 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga selaku pemberi semangat dan nasehat baik secara finansial maupun pemikiran dalam melakukan penyusunan skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 10 Mei 2026

Dewy Listiyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.2 <i>Live Streaming</i>	24
2.2.3 Harga.....	26
2.2.4 Gratis Ongkir	28
2.2.5 Minat Beli.....	30
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	31
2.3 Kerangka Berpikir	37
2.4 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	45
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Sumber Data.....	47
3.4.2 Pengumpulan Data	48

3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1	Uji Asumsi Intrumen	49
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	51
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.4	Uji Hipotesis	54
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.6	Jadwal Penelitian	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.2	Logo Perusahaan	58
4.1.3	Penyajian Data.....	58
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	82
4.2.1	Uji Asumsi Instrumen.....	82
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	85
4.2.3	Uji Analisis Linier Berganda.....	89
4.2.4	Uji Hipotesis	91
4.2.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
4.3.1	Pengaruh <i>Live Streaming</i> , Harga, dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli pada <i>Fashion Thrift</i> di Akun Tiktok Shop @omsdailywear.....	96
4.3.2	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Minat Beli pada <i>Fashion Thrift</i> di Akun Tiktok Shop @omsdailywear.....	97
4.3.3	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada <i>Fashion Thrift</i> di Akun Tiktok Shop @omsdailywear.....	99
4.3.4	Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Minat Beli pada <i>Fashion Thrift</i> di Akun Tiktok Shop @omsdailywear.....	100
4.4	Matriks Hasil Penelitian.....	101
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran	107
	DAFTAR PUSTAKA	110
	LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	40
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	45
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel <i>Live Streaming</i> (X1) ...	62
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Harga (X2)	68
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Gratis Ongkir (X3)	73
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Minat Beli (Y)	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4.11 Matrik Hasil Penelitian.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai GMV Tiktok Shop di Dunia Tahun 2023.....	2
Gambar 1.2 Akun TikTok @omsdailywear	4
Gambar 1.3 Produk <i>Fashion Thrift</i> Akun TikTok @omsdailywear	5
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 Logo Akun tiktok @omsdailywear	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	86
Gambar 4.3 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	86
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Gambar 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	90
Gambar 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)	91
Gambar 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji T)	93
Gambar 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	101
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Responden	107
Lampiran 3 Uji Validitas.....	117
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	119
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	120
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas P-Plot	120
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	120
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	121
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	121
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	121
Lampiran 11 Hasil Uji F.....	122
Lampiran 12 Hasil Uji T	122

ABSTRAK

DEWY LISTIYANI, 22042010183, Pengaruh *Live Streaming*, Harga, Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Pada *Fashion Thrift* Di Tiktok Shop (Studi Pada Akun Tiktok @omsdailywear)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *live streaming*, harga, dan gratis ongkir terhadap minat beli pada produk *fashion thrift* di Tiktok Shop pada akun @omsdailywear. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun Tiktok @omsdailywear sebanyak 191.100 akun, sedangkan sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 31 untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *live streaming*, harga, dan gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai F hitung sebesar 180,355. Secara parsial, *live streaming* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan gratis ongkir tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,849, yang menunjukkan bahwa 84,9% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh variabel *live streaming*, harga, dan gratis ongkir, sedangkan 15,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: *Live Streaming*, Harga, Gratis Ongkir, Minat Beli

ABSTRACT

DEWY LISTIYANI, 22042010183, *The Influence of Live Streaming, Price, and Free Shipping on Purchase Intention in Fashion Thrift on TikTok Shop (Study on @omsdailywear Account).*

This study aims to determine and analyze the influence of live streaming, price, and free shipping on purchase intention for thrift fashion products on TikTok Shop on the account @omsdailywear. This research uses an associative quantitative approach with data collection techniques through the distribution of questionnaires to respondents. The population in this study consists of all followers of the TikTok account @omsdailywear totaling 191,100 accounts, while the research sample was determined using the Slovin formula, resulting in 100 respondents who met the research criteria. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 31 to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The results of the study indicate that simultaneously live streaming, price, and free shipping have a significant effect on purchase intention, with an F-value of 180.355. Partially, live streaming and price have a positive and significant effect on purchase intention, while free shipping does not have a significant effect on consumer purchase intention. In addition, the coefficient of determination (R^2) is 0.849, indicating that 84.9% of the variation in purchase intention can be explained by the variables of live streaming, price, and free shipping, while the remaining 15.1% is influenced by other factors outside the research model.

Keywords: *Live Streaming, Price, Free Shipping, Purchase Intention*