

**PENGARUH *LIVE STREAMING SELLING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN
REVIEW PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE GLAD2GLOW PADA TIKTOK SHOP**

SKRIPSI



Oleh :

RIZA AULIA NURNADYA
NPM. 22042010292

**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 SELLING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN
REVIEW PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE GLAD2GLOW PADA TIKTOK SHOP**

SKRIPSI



Oleh :

RIZA AULIA NURNADYA
NPM. 22042010292

**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 SELLING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *REVIEW PRODUCT* TERHADAP KEPUKUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* GLAD2GLOW PADA TIKTOK SHOP

Disusun Oleh:

Riza Aulia Nurnadya
NPM. 22042010292

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


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

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *LIVE STREAMING SELLING, PRICE DISCOUNT, DAN REVIEW PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE GLAD2GLOW* PADA TIKTOK SHOP

Disusun Oleh:

Riza Aulia Nurnadya
NPM. 22042010292

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 21 Mei 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

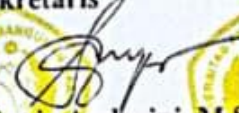
Tim Penguji

1. Ketua


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196503261993092001


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

2. Sekretaris


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui.

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis


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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riza Aulia Nurnadya
NPM : 22042010292
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah 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, 21 Mei 2026
Yang Membuat pernyataan



Riza Aulia Nurnadya
NPM. 22042010292

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Live Streaming Selling, Price Discount, dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow pada TikTok Shop*”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Penyelesaian skripsi ini dapat terwujud berkat dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Selain itu, peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

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 serta tenaga kependidikan pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, yang telah

memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan berharga selama masa studi.

4. Kedua orang tua dan Kakak tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, serta menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah peneliti dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis, khususnya angkatan 2022, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi semangat, dan saling mendukung dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 21 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Pemasaran	24
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	26
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	29
2.2.4 <i>Live Streaming Selling</i>	33
2.2.5 <i>Price Discount</i>	36
2.2.6 <i>Review Product</i>	40
2.2.7 Keputusan Pembelian	42
2.3 Kerangka Berpikir.....	45
2.4 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	58
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	59

3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel	60
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.4.1 Jenis Data.....	62
3.4.2 Sumber Data	62
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Teknik Analisis Data	63
3.5.1 Uji Validitas	63
3.5.2 Uji Reliabilitas	64
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda	68
3.5.5 Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	74
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.2 Penyajian Data	80
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	97
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	97
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	100
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
4.2.4 Uji Hipotesis	106
4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	109
4.4 Pembahasan.....	110
4.4.1 Pengaruh <i>Live Streaming Selling, Price Discount, dan Review Product</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Glad2Glow</i> pada Tiktok Shop..	110
4.4.2 Pengaruh <i>Live Streaming Selling</i> Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Glad2Glow</i> pada Tiktok Shop	111
4.4.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Glad2Glow</i> pada Tiktok Shop	112

4.4.4 Pengaruh <i>Review Product</i> Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Glad2Glow pada Tiktok Shop.....	114
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Media Sosial yang Paling Sering Diakses di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Data Toko <i>Online</i> yang Paling Sering Diakses di Indonesia	5
Gambar 1. 3 Data Jenis Produk Terbanyak Dibeli Online Warga RI.....	8
Gambar 1. 4 <i>Live Streaming</i> Glad2Glow di TikTok Shop	10
Gambar 1. 5 <i>Price Discount</i> Glad2Glow di TikTok Shop	11
Gambar 1. 6 <i>Review Product</i> Glad2Glow di TikTok Shop	12
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	47
Gambar 3. 1 Kurva Uji-F (Simultan)	71
Gambar 3. 2 Kurva Uji-t (Parsial).....	72
Gambar 4. 1 Logo Glad2Glow	76
Gambar 4. 2 <i>Cleanser</i> Glad2Glow.....	77
Gambar 4. 3 Toner Glad2Glow	77
Gambar 4. 4 Serum Glad2Glow.....	78
Gambar 4. 5 <i>Moisturizer</i> Glad2Glow	78
Gambar 4. 6 <i>Sunscreen</i> Glad2Glow	79
Gambar 4. 7 <i>Clay Mask</i> Glad2Glow	79
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	101
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	102
Gambar 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	103
Gambar 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	104
Gambar 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
Gambar 4. 13 Hasil Uji Simultan (F).....	107
Gambar 4. 14 Hasil Uji Parsial (T)	108
Gambar 4. 15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	109

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	80
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden	81
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	82
Tabel 4. 4 Karakteristik Frekuensi Belanja	82
Tabel 4. 5 Hasil Responden Terhadap Variabel <i>Live Streaming Selling</i>	84
Tabel 4. 6 Hasil Responden Terhadap Variabel <i>Price Discount</i>	87
Tabel 4. 7 Hasil Responden Terhadap Variabel <i>Review Product</i>	90
Tabel 4. 8 Hasil Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	98
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	132
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden.....	139
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	154
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	156
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	157
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	157
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	158
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	158
Lampiran 10 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	159
Lampiran 11 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	159
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	159
Lampiran 13 Hasil Uji Plagiasi	160
Lampiran 14 Surat Keterangan Hasil Plagiarisme	161
Lampiran 15 Jadwal Penelitian	162

ABSTRAK

RIZA AULIA NURNADYA, 22042010292, PENGARUH *LIVE STREAMING SELLING*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *REVIEW PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* GLAD2GLOW PADA TIKTOK SHOP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Live Streaming Selling* (X1), *Price Discount* (X2), dan *Review Product* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *skincare* Glad2Glow pada TikTok Shop, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis Skala Likert kepada 157 responden yang merupakan pengikut akun TikTok Shop @glad2glow_id dan telah melakukan pembelian produk *skincare* Glad2Glow. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan *software* SPSS versi 31. Berdasarkan hasil pengujian, secara simultan *Live Streaming Selling*, *Price Discount*, dan *Review Product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar $182,909 > F$ tabel 2,66 (sig < 0,05). Secara parsial, *Live Streaming Selling* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung $5,795 > 1,97559$, *Price Discount* sebesar $5,397 > 1,97559$, dan *Review Product* sebesar $7,226 > 1,97559$ (sig < 0,05), di mana *Review Product* menjadi variabel paling dominan; selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,782 menunjukkan bahwa 78,2% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan melalui TikTok Shop terbukti efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk *skincare* Glad2Glow.

Kata kunci: *Live Streaming Selling*, *Price Discount*, *Review Product*, Keputusan Pembelian, Glad2Glow, TikTok Shop

ABSTRACT

RIZA AULIA NURNADYA, 22042010292, THE EFFECT OF LIVE STREAMING SELLING, PRICE DISCOUNTS, AND PRODUCT REVIEWS ON PURCHASE DECISIONS FOR GLAD2GLOW SKINCARE PRODUCTS ON TIKTOK SHOP

This study aims to analyze and determine the effect of Live Streaming Selling (X1), Price Discount (X2), and Product Review (X3) on Purchase Decisions (Y) of Glad2Glow skincare products on TikTok Shop, both simultaneously and partially. This study uses a quantitative approach with a causal research type. Primary data were collected by distributing Likert Scale-based questionnaires to 157 respondents who are followers of the TikTok Shop account @glad2glow_id and have purchased Glad2Glow skincare products. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis, F test, t test, and coefficient of determination with the help of SPSS software version 31. Based on the test results, simultaneously Live Streaming Selling, Price Discount, and Product Review have a significant effect on purchasing decisions with a calculated F value of $182.909 > F$ table 2.66 ($\text{sig} < 0.05$). Partially, Live Streaming Selling has a significant effect with a t-value of $5.795 > 1.97559$, Price Discount of $5.397 > 1.97559$, and Product Review of $7.226 > 1.97559$ ($\text{sig} < 0.05$), where Product Review is the most dominant variable; in addition, the coefficient of determination (R^2) value of 0.782 indicates that 78.2% of the variation in purchasing decisions can be explained by these three variables. This finding confirms that the digital marketing strategy implemented through TikTok Shop has proven effective in influencing consumer purchasing decisions for Glad2Glow skincare products.

Keywords: *Live Streaming Selling, Price Discount, Product Review, Purchase*

Decision, Glad2Glow, TikTok Shop