

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *ONLINE*  
*IMPULSE BUYING* HAND AND BODY LOTION VASELINE DI TIKTOK  
SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**GEBBY APRILLIIFALYA**

**22012010065/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2026**

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *ONLINE*  
*IMPULSE BUYING* HAND AND BODY LOTION VASELINE DI TIKTOK  
SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**GEBBY APRILLIIFALYA**

**22012010065/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2026**

SKRIPSI

**PENGARUH LIVE STREAMING DAN FLASH SALE TERHADAP  
ONLINE IMPULSE BUYING HAND AND BODY LOTION VASELINE  
DI TIKTOK SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :  
**GEBBY APRILLIFALYA**  
22012010065 / 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: 30 Juni 2026

Dosen Pembimbing



**Rizky Dermawan, S.E., M.M**  
NIP. 197210042001121001

Tim Penguji  
Ketua



**Prof. Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
NIPPPK. 196901132021212003

Anggota



**Ratih Mukti Azhar, S.P., M.M.**  
NIP. 21219870301350

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 dibawah ini :

Nama : Gebby Aprilliifalya  
NPM : 22012010065  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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, 25 Mei 2026  
Yang Membuat pernyataan



Gebby Aprilliifalya  
NPM. 220102010065

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap *Online Impulse Buying* hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, CHRA selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Rizky Dermawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Subandi dan Ibu Luluk Listyowati. Terima kasih atas segala doa, cinta, perjuangan, dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti untuk penulis. Meskipun bapak dan ibu tidak memiliki kesempatan menempuh pendidikan tinggi, namun bapak dan ibu mampu memperjuangkan penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Terima kasih karena tidak pernah menjadikan keterbatasan sebagai alasan untuk berhenti mendukung impian penulis. Skripsi ini menjadi bentuk kecil rasa bangga dan terima kasih penulis untuk bapak dan ibu yang selalu menjadi penguat terbesar dalam hidup penulis.
7. Kepada keluarga besar penulis yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Anggi Prasetyo, Seseorang yang selalu hadir menemani penulis dalam berbagai keadaan, yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, mendengarkan keluh kesah, serta menjadi penyemangat selama proses

penyusunan skripsi ini berlangsung. Terima kasih juga karena selalu meyakinkan penulis bahwa setiap proses dapat dilalui dengan baik hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Teman-teman seperjuangan penulis serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kenangan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.

10. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri, Gebby Aprilliifalya. Terima kasih telah berjuang dan bertahan hingga tahap ini. Terima kasih atas segala usaha, waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran dalam menjalani proses penyusunan skripsi ini, meskipun tidak jarang dihadapkan dengan rasa lelah, ragu, dan tekanan. Terima kasih karena tetap memilih untuk melangkah dan tidak menyerah, serta berusaha menyelesaikan setiap tahap dengan sebaik-baiknya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar karya ini dapat menjadi lebih baik di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 13 Mei 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan .....	20
1.4 Manfaat .....	21
<b>BAB II .....</b>	<b>22</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Landasan Teori .....	29
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	29
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	30
2.2.2.1 Faktor – Faktor Perilaku Konsumen .....	31
2.2.3 Teori S-O-R ( <i>Stimulus-Organism-Response</i> ).....	36
2.2.4 <i>Online Impulse Buying</i> .....	38
2.2.4.1 Pengertian <i>Online Impulse Buying</i> .....	38
2.2.4.2 Indikator <i>Online Impulse Buying</i> .....	42

2.2.5 <i>Live Streaming</i> .....	43
2.2.5.1 Pengertian <i>Live Streaming</i> .....	43
2.2.5.2 Indikator <i>Live Streaming</i> .....	45
2.2.6 <i>Flash Sale</i> .....	46
2.2.6.1 Pengertian <i>Flash Sale</i> .....	46
2.2.6.2 Indikator <i>Flash Sale</i> .....	47
2.3 Hubungan antar Variabel.....	49
2.3.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Online Impulse Buying</i> .....	49
2.3.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Online Impulse Buying</i> .....	50
2.4 Kerangka Konseptual .....	52
2.5 Hipotesis.....	53
<b>BAB III.....</b>	<b>54</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Definisi Operasional Variabel .....	54
3.1.1 Variabel Independen (X) .....	54
3.1.2 Variabel Dependen (Y).....	57
3.2 Pengukuran Variabel .....	58
3.3 Teknik Penentuan Sampel .....	60
3.3.1 Populasi .....	60
3.3.2 Sampel.....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.4.1 Jenis Data .....	61
3.4.2 Sumber Data.....	62
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	62

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.6.1 Uji Validitas.....	63
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	64
3.7 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	65
3.7.1 Teknik Analisis Data .....	65
3.7.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	66
3.7.2.1 Model Indikator Reflektif .....	66
3.7.2.2 Model Indikator Formatif.....	68
3.7.3 Kepuasan Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	69
3.7.3.1 Pengukuran Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	70
3.7.3.2 Langkah -langkah PLS.....	70
<b>BAB IV.....</b>	<b>80</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	80
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	81
4.2.1 Karakteristik Responden .....	81
4.2.1.1 Karakteristik Usia.....	82
4.2.1.2 Karakteristik Jenis Kelamin .....	83
4.2.1.3 Karakteristik Pekerjaan atau Status.....	85
4.2.1.4 Karakteristik Pendapatan per Bulan.....	86
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i> .....	89
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Flash Sale</i> .....	92
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Online Impulse Buying</i> .....	95
4.3 Analisis Data .....	98

4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	98
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	100
4.3.2.1 Outer Model .....	100
4.3.2.2 Analisis Model PLS .....	109
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	111
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	113
4.4 Pembahasan.....	116
4.4.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i> .....	116
4.4.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i> .....	118
<b>BAB V .....</b>	<b>121</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>121</b>
5.1 Kesimpulan .....	121
5.2 Saran.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cuplikan Aktivitas Live Streaming di TikTok Live .....	9
Gambar 1. 2 Aktivitas Berinternet Warga Surabaya .....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	52
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.....	67
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	69
Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS .....	72
Gambar 4. 1 Outer Model .....	109
Gambar 4. 2 Output Bootstrapping .....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Hand and body lotion Tahun 2021-2025 .....	4
Tabel 4. 1 Komposisi Usia Responden .....	82
Tabel 4. 2 Komposisi Jenis Kelamin Responden .....	84
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan atau Status Responden .....	85
Tabel 4. 4 Komposisi Pendapatan per Bulan Responden.....	87
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Live Streaming</i> (X1).....	89
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i> (X2).....	92
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Online Impulse Buying (Y) .....	95
Tabel 4. 8 Residual Statistics .....	99
Tabel 4. 9 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....	101
Tabel 4. 10 AVE .....	103
Tabel 4. 11 <i>Cross Loadings</i> .....	104
Tabel 4. 12 <i>Composite Reliability</i> .....	106
Tabel 4. 13 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	107
Tabel 4. 14 <i>Latent Variable Correlations</i> .....	108
Tabel 4. 15 R Square .....	111
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i> .....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	138
Lampiran 3 Output SmartPLS.....	141

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* HAND AND BODY LOTION VASELINE DI TIKTOK SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

**Gebby Aprilliifalya**

**22012010065/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Tingginya penetrasi internet dan pesatnya pertumbuhan platform *social commerce* di Indonesia mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang memiliki kecenderungan tinggi dalam melakukan pembelian secara impulsif melalui platform digital. Vaseline sebagai merek hand and body lotion yang aktif memanfaatkan strategi *live streaming* dan *flash sale* di TikTok Shop justru mengalami penurunan *Top Brand Index* yang signifikan dari 17,1% pada tahun 2023 menjadi 12,8% pada tahun 2024. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *live streaming* terhadap *online impulse buying* dan pengaruh *flash sale* terhadap *online impulse buying* hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner daring sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya, memiliki akun TikTok aktif, pernah menonton *live streaming* yang menjual hand and body lotion Vaseline, serta pernah melakukan pembelian produk Vaseline melalui TikTok Shop minimal satu kali tanpa direncanakan sebelumnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 117 responden yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying* hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya; 2) *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying* hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya. Dengan demikian, Vaseline dan penjual resmi di TikTok Shop disarankan untuk mengoptimalkan kualitas konten *live streaming* dan program *flash sale* guna meningkatkan *online impulse buying* di kalangan Generasi Z di Kota Surabaya.

**Kata Kunci:** *flash sale; live streaming; online impulse buying.*