

**PROMOSI MELALUI *LIVE STREAMING* DI MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN BERBELANJA ONLINE**

SKRIPSI

OLEH :

SEKAR PEMBAYUN INDAH PAKERTI

201810325438



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Promosi Melalui *Live Streaming* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Berbelanja Online

Nama Mahasiswa : Sekar Pembayun Indah Pakerti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325438

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENYETUJUI,
BIRSA MAHWASTU DASI
Pembimbing

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA.

NIDN 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Promosi Melalui *Live Streaming* di Media Sosial
dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian
Berbelanja Online

Nama Mahasiswa : Sekar Pembayun Indah Pakerti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325438

Program Studi / Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 14 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN 0303017106

Penguji I : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.

NIDN 0329017202

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M.

NIDN 0329048302 ✓

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak.

NIDN 0318107101 ✓

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Promosi Melalui *Live Streaming* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Sekar Pembayun Indah Pakerti

201810325438

ABSTRAK

Sekar Pembayun Indah Pakerti. 201810325438. Promosi Melalui Live Streaming di Media Sosial Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Berbelanja Online

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kriteria apa yang dipilih oleh konsumen belanja online dalam mengambil keputusan pembelian melalui live streaming di media sosial serta alternative apa yang paling banyak dipilih dalam keputusan pembelian berbelanja online maka dari itu peneliti menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* yang berguna untuk menganalisa pengambilan keputusan dalam meningkatkan keputusan berbelanja online. Teknik sampling yang digunakan yaitu dengan menggunakan rumus Linear Time Function dengan sampel yang berjumlah 24 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner ke konsumen belanja online.

Hasilnya menunjukkan bahwa pada uji kriteria, kriteria kemenarikan tampilan web mendapatkan core yang tinggi disbanding dengan kriteria yang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian pada uji alternative bahwa Tiktok memiliki core yang tinggi, kemudian pada urutan kedua Facebook, dan yang terakhir Instagram.

Kata Kunci: Promosi, *Live Streaming*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sekar Pembayun Indah Pakerti. 201810325438. *Promotion Through Live Streaming on Social Media In Improving Online Shopping Purchase Decisions.*

This study aims to find out what criteria are chosen by online shopping consumers in making purchasing decisions through live streaming on social media and what alternatives are the most chosen in online shopping purchasing decisions, therefore researchers use the Analytical Hierarchy Process method which is useful for analyzing decision making. decisions in improving online shopping decisions. The sampling technique used is by using the Linear Time Function formula with a sample of 24 respondents. This study uses data collection techniques by distributing questionnaires to online shopping consumers.

The results show that in the criteria test, the attractiveness criterion of the web display gets a high core compared to the other criteria. Based on the results of research on alternative tests that Tiktok has a high core, then in second place is Facebook, and finally Instagram.

Keywords: *Promotion, Live Streaming, and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

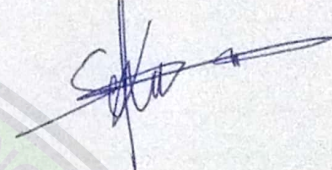
Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Promosi Melalui *Live Streaming* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Berbelanja Online” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi yang telah disusun ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen.
4. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M. MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi, karena dengan bimbingan ibu saya dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik.
5. Segenap Dosen dan jajaran Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
6. Kedua orang tua, dan adik saya tersayang yang selalu menjadi penyemangat, sumber inspirasi, mendukung dalam do’a dan materil.
7. Teman seperjuangan skripsi Intan Kartika Sari, Ayu Paramita yang saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Kinanti Nur Amalia, Dona Farisca, Nola, Ganis, dan Dimas serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan skripsi.
9. Seluruh responden yang telah meluang waktunya untuk penulis serta atas kerjasamanya

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 13 April 2022

Penulis



Sekar Pembayun Indah Pakerti



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	8
Tinjauan Pustaka	8
2.1 Promosi.....	8
2.2 Tujuan Promosi	8
2.3 Fungsi Promosi.....	9

2.4	Bauran Promosi	10
2.5	Penentuan Pembauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	11
2.6	Strategi Promosi	12
2.7	Social Commerce dan Siaran Langsung.....	14
2.8	Kepercayaan Konsumen.....	16
2.9	Keterlibatan Konsumen.....	17
2.10	Keputusan Pembelian.....	17
2.11	Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	23
2.12	Kerangka Penelitian	28
BAB III.....		29
METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian	29
3.2	Tahapan penelitian.....	29
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	31
3.4	Definisi Operasional Kriteria.....	33
3.5	Waktu dan Tempat.....	34
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.7	Teknik Pengumpulan Data	36
3.8	Metode Analisis Data	37
3.9	Model Hierarki	41
BAB IV.....		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Decomposition.....	42
4.2	Comparative Judgement.....	43
4.3	Synthesis of Priority	48

4.4	Consistency	50
BAB V		60
KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Kriteria Decomposition.....	43
Tabel 4.2 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	43
Tabel 4.3 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Kemenarikan Tampilan Web	44
Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Reputasi Toko Online.....	44
Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Kemudahan Transaksi	44
Tabel 4.6 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Kelengkapan Informasi	45
Tabel 4.7 Angka Pada Skala Perbandingan	45
Tabel 4.8 Rata-Rata Tabel Hitung Setiap Elemen	46
Tabel 4.9 Perbandingan Berpasangan Berdasarkan Kriteria Kemenarikan Tampilan Web	47
Tabel 4.10 Perbandingan Berpasangan Berdasarkan Kriteria Reputasi Toko Online	47
Tabel 4.11 Perbandingan Berpasangan Berdasarkan Kriteria Kemudahan Transaksi	47
Tabel 4.12 Perbandingan Berpasangan Berdasarkan Kriteria Kelengkapan Informasi	48
Tabel 4.13 Vector Eigen Kriteria Utama	48
Tabel 4.14 Vector Eigen Kriteria Kemenarikan Tampilan Web.....	49
Tabel 4.15 Vector Eigen Reputasi Toko Online	49
Tabel 4.16 Vector Eigen Kriteria Kemudahan Transaksi	49
Tabel 4.17 Vector Eigen Kriteria Kelengkapan Informasi	50
Tabel 4.18 Random Consistency Index	51

Tabel 4.19 Eigen Vector keputusan 57

Tabel 4.20 Urutan Prioritas 59





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	31
Gambar 3. 2 Decomposition	38
Gambar 3. 3 Comparative Judgement	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 UJI PLAGIARISME	68
Lampiran 2 UJI REFERENSI SKRIPSI	75
Lampiran 3 Promosi Melalui Live Streaming di Media Sosial Dalam Meningkatkan Keputusan Berbelanja Online	81

