

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE* DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINTIFIC PADA PENGGUNA TIKTOK**

**(Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :

Anisya Nur Fadilla

202010325004



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Harga, *Brand Image*, dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Tiktok Shop (Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Anisya Nur Fadilla

Nomor Pokok : 202010325004

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

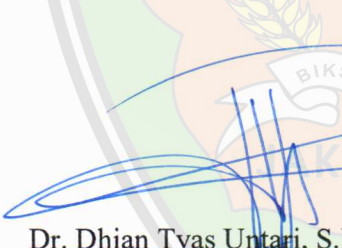
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


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


Dr. Andrian, S.E., M.M

NIDN.0309048102

NIDN.0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Harga, *Brand Image*, dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Tiktok Shop (Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Anisya Nur Fadilla

Nomor Pokok : 202010325004

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM

Penguji : NIDN.0313036802

Sekretaris Tim : Widi Winarso, SE, MM

Penguji : NIDN.0319067606

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

NIDN.0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

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

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisya Nur Fadilla
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325004
Tempat, Tanggal Lahir : Purworejo, 26 Mei 2000
Alamat : Asrama Kodim 0507/Bekasi Jl.Veteran No.60
Rt.02 Rw.04 No.5 Kel.Margajaya Kec.Bekasi
Selatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini adalah 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 dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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, 30 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Anisya Nur Fadilla
202010325004

ABSTRAK

Anisya Nur Fadilla (202010325004) Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pengguna Tiktok Shop

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pengguna Tiktok Shop (Survei pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer berupa kuesioner *Google Form*. teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan sampling jenuh (sensus). Jumlah sampel 109 responden pengguna produk skintific dan kemudian hasil data diolah menggunakan aplikasi olah data SPSS 26. Hasil dari penelitian, berdasarkan uji t (parsial) pada variabel persepsi harga (X_1) diketahui tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pada variabel *brand image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pada variabel *live shopping* (X_3) berpengaruh pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pada variabel Persepsi Harga (X_1) *Brand Image* (X_2) dan *Live Shopping* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Live Shopping* Keputusan Pembelian

ABSTRAC

Anisya Nur Fadilla (202010325004) *The Influence of Price Perception, Brand Image and Live Shopping on Skintific Product Purchase Decisions in Tiktok Shop Users*

The purpose of this study is to determine the Influence of Price Perception, Brand Image and Live Shopping on Skintific Product Purchase Decisions in Tiktok Shop Users (Survey on Management Study Program Students of Bhayangkara Jakarta Raya University). This research is a quantitative research that uses primary data in the form of questionnaires through Google Form. The sampling technique used is nonprobability sampling with saturated sampling (census). The number of samples was 109 respondents who were users of skintific products and then the data results were processed using the SPSS 26 data processing application. The results of the research that has been carried out, based on the t (partial) test on the price perception variable (X_1) are known to have no positive and significant influence on purchase decisions (Y). The brand image variable (X_2) has a positive and significant effect on the purchase decision (Y). The live shopping variable (X_3) has a positive and significant influence on purchase decisions (Y). In the Price Perception variable (X_1) Brand Image (X_2) and Live Shopping (X_3) have a positive and significant effect simultaneously on Purchase Decisions (Y).

Keywords: *Price Perception, Brand Image and Live Shopping on Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Persepsi Harga, Brand Image dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pengguna Tiktok (Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini diberi semangat, dorongan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Nayanti, S.T MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA dan Dr.Andrian, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam pembuatan proposal ini kepada penulis.

5. Dr.Andrian, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Kepada yang teristimewa, Ibu Maryati tersayang yang telah memberikan do'a, semangat serta selalu memberikan dorongan dan motivasi selama proses pembuatan skripsi. Serta ayah Ponidi yang selalu membantu dalam segala hal.
8. Sahabat-sahabat, dan juga teman-teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberi dukungan motivasi, saran dan juga semangat.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut serta membantu proses pembuatan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 19 Juni 2024

Anisya Nur Fadilla

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAC.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Telaah Teoritis.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Persepsi Harga	13
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.4 <i>Live Shopping</i>	19
2.1.5 Keputusan Pembelian	22
2.2 Telaah Empiris.....	25
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Perumusan Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4.3 Pengaruh <i>Live Shopping</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33

2.4.4 Pengaruh Persepsi Harga, <i>Brand Image</i> dan <i>Live Shopping</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Tahapan Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi Penelitian.....	36
3.3.2 Sample	37
3.3.3 Teknik Pengambilan Sample	37
3.4 Sumber Data	38
3.5 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	39
3.5.1 Operasional Variabel	39
3.5.2 Skala Pengukuran	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Uji Instrumen Data	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.8 Uji Hipotesis.....	46
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	47
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	47
3.8.3 <i>Adjusted R - Squared</i>	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Profil Skintific.....	49
4.1.2 Profil Tiktok @Skintific_id	50
4.2 Deskripsi Data	52
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data	52
4.2.2 Identitas Responden.....	53
4.3 Hasil Analisis Data.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54

4.3.2 Uji Reabilitas	57
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.4 Uji Hipotesis.....	63
4.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	63
4.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	64
4.5 <i>Adjusted R - Square</i>	65
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	66
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	67
4.6.3 Pengaruh <i>Live Shopping</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68
4.6.4 Pengaruh Pengaruh Persepsi Harga (X1), <i>Brand Image</i> (X2) dan <i>Live Shopping</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Manajerial.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penjualan kategori produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG).....	1
Gambar 1.2 Top 7 Brand Pelembab Wajah Terlaris di Shoppe & Tokopedia.....	2
Gambar 1.3 Alasan Melakukan Keputusan Pembelian Produk Skintific	2
Gambar 1.4 Analisa Pasar Skintific pada Live Shopping di Tiktok Shop	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Produk dan Logo Skintific	49
Gambar 4.2 Profil Akun Tiktok @Skintific_id.....	51
Gambar 4.3 Produk Skintific di Tiktok Shop.....	51
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.5 Gambar Grafik Histogram Uji Normalitas	59
Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot	59
Gambar 4.7 Grafik Scatter Plot.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X_1)	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Brand Image (X_2)	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Live Shopping (X_3)	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Linear Berganda	62
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.13 Hasil Adjusted R - Square.....	66

