

**PENGARUH *LIVE SHOPPING*, *DISCOUNT* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
MARKETPLACE TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :

AULIA ASMARANI

202010325280



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Shopping*, *Discount*,
dan Kualitas Produk Terhadap *Impulse Buying* Pada
Marketplace Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa
Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Aulia Asmarani

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325280

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 31 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Murti Wijayanti, SE., M.M
NIDN 0320127504



Dody Kurniawan, S.E., M.M
NIDN 0319087903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Shopping*, *Discount*, dan
Kualitas Produk Terhadap *Impulse Buying*
Pada *Marketplace* Tiktok Shop (Studi Kasus
Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan
2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Aulia Asmarani

Nomor Pokok : 202010325280

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

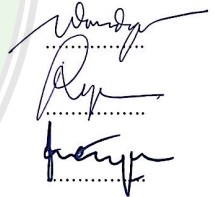
Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Milda Handayani, SE., MM
NIDN. 0330087504

Sekretaris Tim Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, MM
NIDN. 0328056302

Penguji : Murti Wijayanti, SE., MM
NIDN. 0320127504



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aulia Asmarani
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325280
Tempat, Tanggal Lahir : L.Maringgai 29 Oktober 2002
Alamat : Villa Gading Harapan Blok Ar7, No. 20a

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi dengan judul Pengaruh *Live Shopping*, *Discount*, dan Kualitas Produk terhadap *Impulse Buying* pada *Marketplace* Tiktok Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) ini 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 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 mengijinkan 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, 25 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Aulia Asmarani

202010325280

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *live shopping*, *discount* dan kualitas produk berpengaruh terhadap *impulse buying* dikalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Terdapat 154 responden dalam populasi penelitian ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya menjadi subjek dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) secara parsial *live shopping* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *impulse buying*, dengan t_{hitung} sebesar $3.129 > t_{tabel} 1.975$ dengan tingkat signifikan sebesar $0.002 < 0.05$. 2) secara parsial *discount* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *impulse buying*, dengan t_{hitung} sebesar $3.030 > t_{tabel} 1.975$ dengan tingkat signifikan sebesar $0.003 < 0.05$. 3) secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap *impulse buying*, dengan t_{hitung} sebesar $3.158 > t_{tabel} 1.975$ dengan tingkat signifikan $0.002 < 0.05$. 4) *live shopping*, *discount* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *impulse buying*, dilihat dari $f_{hitung} 98.796 > f_{tabel} 2.66$, dimana $0.000 < 0.05$ merupakan nilai signifikansi.

Kata Kunci: *discount*, *impulse buying*, kualitas produk dan *live shopping*.

ABSTRACT

The aim of this research is to find out whether live shopping, discounts and product quality have an effect on impulse buying among students of the Bhayangkara University Management Study Program, Jakarta Raya Class of 2020. This type of research is quantitative and the data analysis used is the classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 26 application. There were 154 respondents in this research population. Bhayangkara University, Jakarta Raya is the subject of this research. The research results show that: 1) partially live shopping has a significant and positive effect on impulse buying, with t_{count} of $3.129 > t_{table}$ 1.975 with a significance level of $0.002 < 0.05$. 2) partially discounts have a significant and positive effect on impulse buying, with t_{count} of $3.030 > t_{table}$ 1.975 with a significance level of $0.003 < 0.05$. 3) partially product quality has a significant and positive effect on impulse buying, with t_{count} of $3.158 > t_{table}$ 1.975 with a significance level of $0.002 < 0.05$. 4) live shopping, discounts and product quality have a simultaneous and significant effect on impulse buying, seen from f_{count} $98.796 > f_{table}$ 2.66 , where $0.000 < 0.05$ is the significance value.

Keywords: *discount, impulse buying, product quality and live shopping.*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Pengaruh *Live Shopping*, *Dicount*, dan Kualitas Produk terhadap *Impulse Buying* pada Marketplace Tiktok Shop (Studi kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**”. Proposal skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam kelulusan, dan memperoleh gelar sarjana Manajemn pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal skripsi, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Pum) Drs. H. 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 Navanti, S.T. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Bintang Narpati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5. Ibu Murti Wijayanti, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Doddy Kurniawan, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan proposal skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teristimewa kepada orang tua saya tercinta Bapak Karnadi dan Ibu Nurhasanah yang tak pernah berhenti untuk memberikan do'a, memberikan kasih sayang, dukungan, saran, dan motivasi kepada saya selama penyusunan skripsi.
8. Terimakasih untuk adik saya Kaisya Nuraini yang telah mendukung dan membantu saya selama penyusunan skripsi.
9. Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan, berusaha belajar menjadi lebih baik dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut saya banggakan untuk diri sendiri.
10. Terimakasih kepada Asri Ayu Adisti, Aulia Dwi Wahyuni, Lita Oktarina, Almira Ratih, Ardiva zakia, Indah Deya, An Nisaa Shabrina, Nathanaela Anindya Putri, Sindy Wijaya, Surya Ramadhan, Juan Davala dan yang teristimewa Fiqih Aditya Alamsyah yang telah membantu, memberikan dukungan, saran, motivasi serta semangat kepada penulis.

Penulis berharap agar proposal skripsi ini dapat menjadi masukan dan manfaat bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar

penyusunan proposal skripsi ini berhasil dengan sebaik – baiknya sehingga dapat diterima dan disetujui pada seminar proposal skripsi.

Jakarta, 25 Juli 2024

Penulis


Aulia Asmarani

202010325280



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5 Batasan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Impulse buying	14
2.2.1 Definisi impulse buying.....	14
2.2.2 Faktor - faktor impulse buying	15
2.2.3 Indikator impulse buying	16
2.3 Live Shopping	17
2.3.1 Definisi Live Shopping.....	17
2.3.2 Faktor - faktor live shopping	18

2.3.3 Indikator live shopping	18
2.4 Discount.....	19
2.4.1 Definisi Discount	19
2.4.2 Faktor – faktor discount.....	20
2.4.3 Indikator <i>discount</i>	21
2.5 Kualitas produk	22
2.5.1 Definisi Kualitas Produk.....	22
2.5.2 Faktor - faktor kualitas produk	23
2.5.3 Indikator kualitas produk	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran	26
2.8 Hipotesis	27
2.8.1 Pengaruh live shopping terhadap impulse buying	27
2.8.2 Pengaruh <i>discount</i> terhadap <i>impulse buying</i>	28
2.8.3 Pengaruh kualitas produk terhadap <i>impulse buying</i>	29
2.8.4 Pengaruh <i>live shopping</i> , <i>discount</i> dan kualitas produk terhadap <i>impulse buying</i>	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.1.1 Jenis Penelitian	31
3.1.2 Variabel Penelitian.....	31
3.1.3 Jenis Sumber Data	32
3.2 Tempat Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	33
3.4 Model Konseptual	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Operasional Variabel.....	36
3.7 Skala Instrumen.....	40
3.8 Analisis Data	41
3.8.1 Uji Validitas.....	41

3.8.2 Uji Reliabilitas	42
3.9 Uji Asumsi Klasik	42
3.9.1 Uji Normalitas.....	43
3.9.2 Uji Multikolinieritas	43
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.9.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.10 Uji Hipotesis.....	45
3.10.1 Uji t Parsial	45
3.10.2 Uji F Simultan.....	46
3.11 Uji Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Tiktok Shop	47
4.1.1 Profil Tiktok Shop	47
4.1.2 Keuntungan Pengguna Tiktok Shop	49
4.1.3 Cara Berbelanja Pada Marketplace Tiktok Shop.....	52
4.2 Deskripsi Data	53
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden.....	53
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.3 Hasil Uji Instrumen	58
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas	59
4.4 Uji Asumsi Klasik	60
4.4.1 Uji Normalitas.....	60
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	61
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.5 Analisis Data	63
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.6 Uji Hipotesis.....	64
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	64
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	66
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	67

4.8.1 Pengaruh Antara <i>Live Shopping</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	68
4.8.2 Pengaruh Antara <i>Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	68
4.8.3 Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap <i>Impulse Buying</i>	69
4.8.4 Pengaruh <i>Live Shopping</i> , <i>Discount</i> dan Kualitas Produk Terhadap <i>Impulse Buying</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

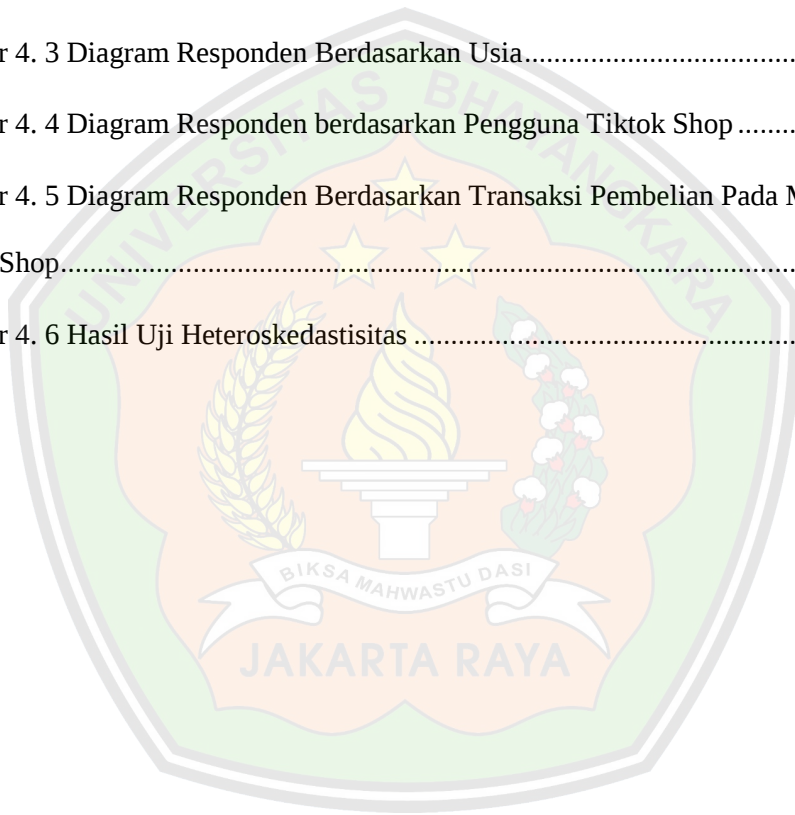


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pengunjung situs jual beli online di Indonesia tahun 2023	3
Tabel 1. 2 Pangsa pasar berdasarkan rata - rata transaksi melalui fitur live streaming perbulan (Januari - Juni 2023).....	5
Tabel 1. 3 Pra survey Impulse Buying pada Marketplace Tiktok Shop.....	8
Tabel 3. 1 Skala Likert	36
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Hasil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 3 Hasil Responden Berdasarkan Pengguna Tiktok Shop.....	55
Tabel 4. 4 Hasil Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian Pada Tiktok Shop	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Total Variabel	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Berdasarkan Kolmogorov-Smirnov.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Tiktok terbanyak didunia (Oktober 2023).....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran penelitian	27
Gambar 3.1 Model Konseptual	35
Gambar 4. 1 Logo Tiktok Shop	47
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4. 4 Diagram Responden berdasarkan Pengguna Tiktok Shop	56
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop.....	57
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan.....	81
Lampiran 2 Uji Plagiarisme	83
Lampiran 3 Uji Referensi.....	85
Lampiran 4 Pernyataan Kuesioner	97
Lampiran 5 Data Tabulasi.....	104
Lampiran 6 Data Hasil SPSS	120
Lampiran 7 Buku Bimbingan.....	129
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	132

