

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, PERSEPSI HARGA,
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MAKEUP*
WARDAH PADA *PLATFORM* TIKTOK *SHOP* DI KOTA
BEKASI TIMUR**

SKRIPSI

Oleh:

Dini Khairiah

202110325025



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Persepsi Harga,
dan *Online Customer Review* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Makeup*
Wardah Pada *Platform TikTok Shop* di Kota
Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Dini Khairiah

Nomor Pokok : 202110325025

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 6 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

Ir. Djuni Thamrin, M.S., Ph.D

NIDN: 031087101

NIDN: 0307066401



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Persepsi Harga,
dan *Online Customer Review* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Makeup*
Wardah Pada *Platform TikTok Shop* di Kota
Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Dini Khairiah
Nomor Pokok : 202110325025
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.B.A.
NIDN: 0310036407

Sekretaris Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., MM
NIDN: 0319067606

Penguji : Dr. Yayan Hendayana, SE., MM
NIDN: 0318087101

Deeulaw
.....
Widi
.....
Yayan
.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Khairiah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325025
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 08 Maret 2002
Alamat : Kp. Bulu RT.002/002 No.7 Jl, Angrek II,
Kelurahan Desa Setiamekar, Kecamatan Tambun
Selatan, Kab Bekasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Live Streaming*, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Makeup Wardah* Pada Platform *TikTok Shop* di Kota Bekasi Timur". Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan 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, 13 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Dini Khairiah

202110325025

ABSTRAK

Dini Khairiah (202110325025). Pengaruh *Live Streaming*, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Wardah di Kota Bekasi Timur Pada Platform TikTok Shop. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari *Live Streaming*, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Wardah di Kota Bekasi Timur Pada Platform TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif. Adapun cara pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 reponden dengan metode *Non Probability Sampling* serta menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk analisis data menggunakan teknik analisis linier berganda dan diuji menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen *Live Streaming*, Persepsi Harga dan *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian, variabel *Live Streaming* tidak berpengaruh signifikan secara parsial, variabel Persepsi Harga dan *Online Customer Review* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Live Streaming*, Persepsi Harga, *Online Customer Review*



ABSTRACT

Dini Khairiah (202110325025). *The Influence of Live Streaming, Price Perception, and Online Customer Reviews on the Purchase Decision of Wardah Makeup Products in East Bekasi City on the TikTok Shop Platform.* This research is to determine the influence of Live Streaming, Price Perception, and Online Customer Reviews on the Purchase Decision of Wardah Makeup Products in East Bekasi City on the TikTok Shop Platform. The method of data collection is using a questionnaire that is distributed to respondents who meet the criteria. The samples used in this study were 100 respondents using the Non Probability Sampling method and using purposive sampling techniques. For data analysis, multiple linear analysis techniques were used and tested using the SPSS version 25 program. The results showed that the independent variables of Live Streaming, Price Perception and Online Customer Review had a positive and significant influence on the dependent variable of Purchase Decision, the variable of Live Streaming had no significant effect partially, the variable of Price Perception and Online Customer Review partially had a positive and significant influence on Purchase Decision.

Keywords: *Live Streaming, Price Perception, Online Customer Review*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberikan kesehatan dan karunia – Nya kepada saya serta kekuatan untuk menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Makeup Wardah* di Kota Bekasi Timur Pada *platform TikTok Shop*”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Ayah Mei Muklis dan Ibu Elis Dahlia tercinta yang senantiasa memberikan rasa sayang, didikan, materi serta do'a yang selalu di panjatkan pada Allah SWT.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan juga selaku dosen pembimbing skripsi satu yang telah meluangkan waktunya dan dengan sabar memberikan bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5. Bapak Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi dua yang telah meluangkan waktunya dan dengan sabar memberikan bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Prof. Dr. Adler Haymans Manurung, S.E., S.H., M.Com., M.E., CERA, CBV, CIMBA, RFC, CIRR, CIQnR, CIQaR, CDMS, CIFM, CIPA, CIMA, CIERM. selaku dosen Pembimbing Akademik
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Emby, Ka Lala, Ka Gita sebagai saudara – saudara perempuan ku yang amat sangat ku sayangi, serta para ponakan coco yang paling coco sayangi, Kaka Nayya, Dede Tian, Dede Kiya, dan Dede Zaki.
9. Muhammad Iqbal sebagai partner special, terima kasih sudah menemani ku dalam keadaan sedih maupun bahagia sampai lima tahun ini, serta mendukung ku dalam pengerjaan skripsi ini
10. Terima kasih untuk teman – teman camet ku Wawa, Sesi, Hani, Dita, Diah, Cece Rany, Muti, Amanda, dan Cia yang telah menjadi teman baikku selama menjalani kuliah di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
11. Terima kasih untuk Eca teman NCTzen ku yang sudah membuat diriku tidak hiatus kpop lagi. Semoga kita banyak uang untuk menonton konser – konser NCT selanjutnya.

12. Jeong Jachyun yang sedang wamil sebagai ultimate bias ku, terima kasih atas semangat mu dalam menghiburku, serta Lee Haechan sebagai wrecker bias ku terima kasih juga ya. Dan terima kasih pula kepada member all unit NCT yang senantiasa menemaniku dengan lagu – lagu terbaik kalian.

13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Yang telah memberikan bantuannya sehingga proposal skripsi ini selesai. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan prosposal skripsi ini, penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat membantu dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Februari 2025



Dini Khairiah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitaian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Proposal Penelitian.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Telaah Teoritis	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Pemasaran Digital	12
2.1.3 Keputusan Pembelian	13
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.1.3.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	14
2.1.3.3 Dimensi keputusan pembelian	14
2.1.4 <i>Live Streaming</i>	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Live Streaming</i>	16
2.1.4.2 Dimensi <i>Live Streaming</i>	17
2.1.4.3 Indikator <i>Live Streaming</i>	18

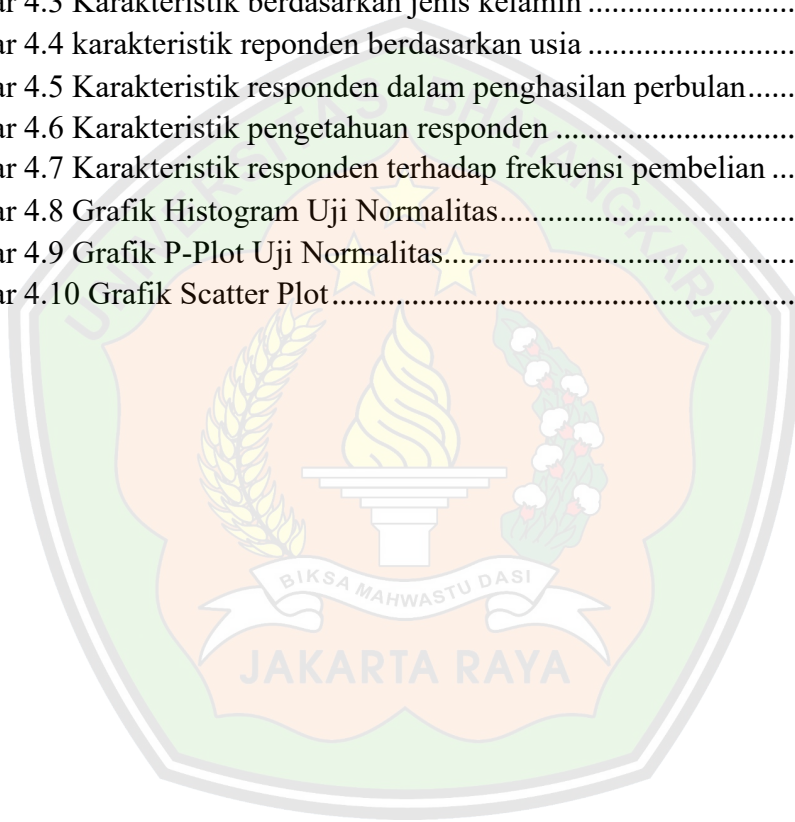
2.1.5 Persepsi Harga	18
2.1.5.1 Pengertian Persepsi Harga	18
2.1.5.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi penetapan harga.....	19
2.1.5.3 Indikator Persepsi Harga.....	21
2.1.6 <i>Online Customer Review</i>	22
2.1.6.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	22
2.1.6.2 Dimensi <i>Online Customer Review</i>	23
2.1.6.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	24
2.2 Telaah Empiris	25
Febriyanti & Ratnasari, 2024	25
Darmansah dan Yosepha, 2020.	25
Ramadhan & Nicky (2022).....	25
Vindy Zalfa & Indayani (2024).....	25
Yuliana & Maskur (2024)	26
Pradana & Aryanto (2024).....	27
Usman et al., (2024).....	27
Izumi & Nengsih (2024).....	27
Novianti et al., (2023)	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.1.4.1 Pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian	31
2.1.4.2 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	31
2.1.4.3 Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian	32
2.1.4.4 Pengaruh <i>live streaming</i> ,persepsi harga,dan <i>online customer review</i> terhadap keputusan pembelian.....	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi Penelitian.....	34
3.2.2 Sampel Penelitian	34

3.3 Jenis dan Sumber data.....	35
3.3.1 Jenis data	35
3.3.2 Sumber data	36
3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.4.1 Operasional Variabel	36
3.4.2 Skala Pengukuran.....	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Uji Asumsi Klasik	44
3.6.1 Uji Normalitas.....	44
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	45
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.7 Uji Hipotesis.....	46
3.7.1 Uji Parsial (Uji T)	46
3.7.2 Uji Simultan (Uji F)	47
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50
4.1.2 Visi dan Misi	51
4.1.3 Profil TikTok.....	52
4.2 Deskripsi Data.....	53
4.2.1 Identitas Responden.....	54
4.3 Hasil Analisis Data.....	62
4.3.1 Uji Validitas	62
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1 Uji Normalitas.....	66
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	69
4.4.3 Uji Heterokedastistas	70

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.6 Uji Hipotesis	72
4.6.1 Uji T	72
4.6.2 Uji F	74
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.7.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.7.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	79
4.7.4 Pengaruh Live Streaming, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna TikTok	1
Gambar 1.2 Jumlah Pendapatan di Sektor Kecantikan	4
Gambar 1.3 Lipstik terlaris di E-Commerce.....	5
Gambar 1.4 Grafik Trends Produk Wardah 5 Tahun Terakhir	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Logo Wardah	50
Gambar 4.2 Logo Wardah	52
Gambar 4.3 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	54
Gambar 4.4 karakteristik responden berdasarkan usia	56
Gambar 4.5 Karakteristik responden dalam penghasilan perbulan.....	58
Gambar 4.6 Karakteristik pengetahuan responden	60
Gambar 4.7 Karakteristik responden terhadap frekuensi pembelian	61
Gambar 4.8 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.9 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.10 Grafik Scatter Plot.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik penghasilan perbulan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Pengetahuan Responden terhadap Produk Makeup Wardah	59
Tabel 4. 5 Karakteristik responden terhadap frekuensi pembelian	60
Tabel 4. 6 Karakteristik responden terhadap frekuensi pembelian	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas (X2).....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas (X3).....	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas (X3).....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 11 Hasil uji Multikolinieritas	69
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Linear Berganda	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Penelitian

Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3 Lembar Kuesioner

Lampiran 4 Tabulasi Responden

Lampiran 5 Output SPSS

Lampiran 6 Buku Bimbingan

Lampiran 7 Data Pribadi

