

**ANALISIS PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PERILAKU
IMPULSIVE BUYING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-*
COMMERCE SHOPEE DI JABODETABEK)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



SANDY HAMZAH

1201001068

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIBERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sandy Hamzah

NIM : 1201001068

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Agustus 2024


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini di ajukan oleh:


Nama : Sandy Hamzah
NIM : 1201001068
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI JABODETABEK)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial , Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti , S.E., M.M ()

Penguji 1 : Raden Aryo Febrian S.E. M.M ()

Penguji 2 : Muchsin Saggaff Shihab, SE., Msc., MBA., Ph ()
Muchsin

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2024

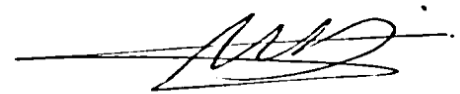
UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur Penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat serta karunia Nya, sehingga Penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Live Streaming Shopping dan Online Customer Review terhadap Perilaku Impulsive Buying (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Jabodetabek)”. Adapun Skripsi/Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu dari beberapa persyaratan mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang membimbing maupun memberi dukungan kepada Penulis selama dalam proses penyelesaian Skripsi atau Tugas Akhir. Mengetahui bahwa dalam menyusun Skripsi atau Tugas Akhir ini tidaklah mudah untuk Penulis melakukannya sendiri tanpa bimbingan dan support dari berbagai pihak. Adapun Ucapan terima kasih ini Penulis sampaikan kepada:

- 1 . Bapak M. Taufik Amir, S.E., M.M., Ph.D selaku ketua program studi manajemen universitas bakrie;
- 2 . Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan masukan terhadap skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai sebagaimana mestinya;
- 3 . Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., Ph. D selaku dosen pembahas yang telah memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik;
- 4 . Bapak Raden Aryo Febrian S.E. M.M selaku dosen pembahas yang telah memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik;
- 5 . Ibu dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan agar Penulis terus bersemangat dalam pengerjaan skripsi ini;
- 6 . teman-teman yang telah memberikan dukungan serta bertukar fikiran dengan saya mengenai skripsi ini.

Akhir kata, Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat memberikan kebaikan dan kesehatan lahir dan batin selalu untuk pihak-pihak yang telah membantu Penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membaca skripsi ini. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. oleh karena itu, masukan dan saran untuk skripsi ini sangat terbuka untuk memperbaiki ketidaksempurnaan yang ada pada skripsi ini.

Jakarta, 21 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sandy Hamzah', with a horizontal line extending to the left and a small dot at the end of the signature.

Sandy Hamzah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandy Hamzah

NIM : 1201001068

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada universitas bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Analisis Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Online Customer Review* terhadap Perilaku *Impulsive Buying* (Studi Kasus pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Jabodetabek)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis

Demi kian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 28 Agustus 2023

Yang menyatakan



Sandy Hamzah

ANALISIS PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DI JABODETABEK)

Sandy Hamzah

ABSTRAK

Aktivitas jual beli online yang terus bertransformasi seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat dengan digambarkan pada munculnya banyak aplikasi jual beli online atau *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang populer saat ini yaitu shopee. Kemudahan yang dirasakan dari proses jual beli saat ini membuat masyarakat semakin sangat impulsif dalam melakukan pembelian suatu produk. Sebagai *platform* jual beli online, shopee terus menghadirkan inovasi fitur pemasaran. Salah satu inovasi fitur pemasaran yang dihadirkan adalah fitur *live streaming shopping* dan *online customer review*. oleh sebab itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah *live streaming shopping* dan *online customer review* memiliki pengaruh terhadap *Impulsive buying behavior*.

metode penelitian yaitu kuantitatif. Adapun sampel penelitian ini berjumlah 102 responden. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai teknik *sampling* nya. Teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda dan IBM SPSS Versi 27 sebagai alat uji nya. *Scope* penelitian ini hanya berfokus di Jabodetabek, hal tersebut menjadikan pengguna shopee di Jabodetabek sebagai objek dari penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* tidak berpengaruh terhadap Perilaku pembelian *Impulsive*. Sedangkan *online customer review* memiliki pengaruh terhadap perilaku *impulsive buying*. Adapun secara bersamaan atau simultan, *live streaming shopping* dan *online customer review* memiliki pengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* pengguna shopee di Jabodetabek.

Kata Kunci: *E-Commerce, live Streaming Shopping, Online Customer Review, Perilaku Impulsive Buying*

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF LIVE STREAMING SHOPPING AND
ONLINE CUSTOMER REVIEW ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR
(CASE STUDY ON SHOPEE E-COMMERCE USERS IN JABODETABEK)***

Sandy Hamzah

ABSTACT

Online buying and selling activities that continue to transform along with the rapid advancement of information technology are illustrated by the emergence of many online buying and selling applications or e-commerce. One of the popular e-commerce today is Shopee. The convenience felt from the current buying and selling process makes people increasingly impulsive in purchasing a product. As an online buying and selling platform, Shopee continues to present innovative marketing features. One of the innovative marketing features presented is the live streaming shopping and online customer review features. Therefore, this study aims to determine whether live streaming shopping and online customer reviews have an influence on Impulsive buying behavior.

The research method is quantitative. The study includes a sample of 102 participant. The sampling technique in this study was non-probability sampling with purposive sampling as the sampling technique. The data analysis technique with multiple linear regression analysis and IBM SPSS Version 27 as the test tool. The scope of this study only focuses on Jabodetabek, this makes Shopee users in Jabodetabek the object of this study.

The results of this study indicate that live streaming has no effect on Impulsive Buying Behavior. While online customer reviews have an influence on impulsive buying behavior. Simultaneously, live streaming shopping and online customer reviews have an influence on impulsive buying behavior of Shopee users in Jabodetabek.

Keywords: E-Commerce, Live Streaming Shopping, Online Customer Review, Impulsive Buying Behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Sistematika penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	12
2.1.2 <i>Live Streaming Shopping</i>	12
2.1.3 <i>Online customer Review</i>	15
2.1.4 <i>Impulsive Buying Behavior</i>	17
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	19

2.2.1 Hubungan antara <i>Live Streaming Shopping</i> dengan <i>Impulsive Buying Behavior</i>	19
2.2.2 Hubungan antara <i>Online Customers Review</i> dengan <i>Impulsive Buying Behavior</i>	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.3 Variabel Penelitian	23
3.3.1 Variabel <i>Independent</i>	23
3.3.2 Variabel <i>Dependent</i>	24
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel	24
3.5 Instrumen Penelitian	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.6.1 Sumber Data	29
3.6.2 Skala Pengukuran	29
3.6.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.8 Uji Alat Ukur	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Realibilitas	31
3.9 Analisis deskriptif	32
3.10 Uji Asumsi Klasik	32
3.10.1 Uji Normalitas	32

3.10.2 Uji Multikolinearitas.....	33
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.12 Uji Hipotesis.....	35
3.12.1 Uji <i>Partial</i> (Statistik t).....	35
3.12.2 Uji F.....	35
3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik responden.....	37
4.2 Uji Alat Ukur	41
4.2.1 Uji Validitas	41
4.2.2 Uji Realibilitas.....	42
4.3 Analisis Deskriptif Indikator	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1 Uji normalitas	49
4.4.2 Uji multikolinearitas	51
4.4.3 Uji heteroskedastisitas	52
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.6 Uji hipotesis.....	56
4.6.1 Uji T (Uji Partial Statistik t)	56
4.6.2 Uji F.....	57
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.7 Pembahasan	60
4.7.1 Pengaruh <i>Live Streaming Shopping</i> terhadap perilaku <i>Impulsive Buying</i>	60

4.7.2 Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap perilaku <i>impulsive buying</i>	62
4.7.3 Pengaruh <i>live streaming shopping</i> dan <i>online customer review</i> terhadap perilaku <i>impulsive buying</i>	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi UMKM Online atau Offline..... 2
Gambar 1. 2 Prediksi Jumlah Pengguna *E-Commerce* Tahun 2024..... 3
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Histogram 49
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Normal P-P Plot..... 50
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot..... 52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rata-Rata Jumlah Kunjungan <i>E-Commerce</i> Besar di Indonesia (Angka dalam Jutaan)	4
Tabel 1.2 <i>Platform</i> Belanja <i>Live Streaming</i> Paling Banyak Digunakan Konsumen	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4. 5 Uji Validitas	41
Tabel 4. 6 Uji Realibilitas.....	42
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Indikator Dari Variabel <i>Live Streaming Shopping</i> (X1)	44
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Indikator Dari Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	46
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Indikator Dari Variabel <i>Impulsive Buying Behavior</i> (Y)	47
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	50
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik t	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Melalui Qualtrics.....	80
Lampiran 2. Tabulasi Data	92
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	104
Lampiran 4. Hasil Uji Realibilitas	107
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 6. Hasil Regresi Linier Berganda	111
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	112