

**PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
INFLUENCER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE
DBAIM_SHOP**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Tri Bagus Kurniawan

NPM: 41183402200068



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
INFLUENCER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE
DBAIM_SHOP**

Tanggal 25 Juli 2024

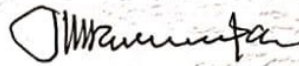
Oleh :

Tri Bagus Kurniawan

NPM: 41183402200068

Disetujui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
INFLUENCER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE
DBAIM_SHOP**

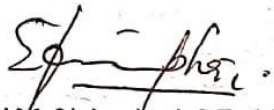
Tanggal 31 Juli 2024

Oleh :

Tri Bagus Kurniawan

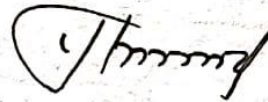
NPM: 41183402200068

Penguji I



Evi Mafriningsianti, S.E., M.M.

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama :Tri Bagus Kurniawan

Npm :41183402200068

Judul Skripsi/Penelitian :Pengaruh *Live Streaming, Online Customer Review* dan *Influencer Review* Terhadap Minat Beli Pada *Shopee Dbaim_Shop*.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi mana pun, kecuali yang secara tertulis disebutkan dalam naskah ini dan telah tercantum dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi, plagiarisme, atau terdapat ketidaksesuaian atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi lainnya yang berlaku. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh sebagai bentuk tanggung jawab ilmiah tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 31 Juli 2024


Tri Bagus Kurniawan

ABSTRAK

Tri Bagus kurniawan (41183402200068)

Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Influencer Review* Terhadap Minat Beli Pada Shopee Dbaim_Shop

XV + 135 Halaman + 29 Tabel + 3 Gambar + 3 Grafik + 2024 + 20 Lampiran

Kata kunci: *Live Streaming*, *Online Customer Review*, *Influencer Review* dan Minat beli.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Influencer Review* Terhadap Minat Beli Pada Shopee Dbaim_shop.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pengguna produk *E-commerce* Shopee minimal melakukan dua kali transaksi pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari kuisisioner, wawancara, dan studi Pustaka dengan pengambilan sampel kepada 95 responden. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 29* (SPSS 29).

Berdasarkan hasil analisis uji F (Anova) diperoleh F hitung (27,928) > F tabel (2,704) dan dengan tingkat signifikan $<0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Influencer Review* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk Dbaim_shop di *E-commerce* Shopee. Hasil uji t menunjukkan variabel *Live Streaming* (2,798 > 1,986) dan *Online Customer Review* (3,397 > 1,986) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk Dbaim_shop di *E-commerce* Shopee dengan tingkat signifikan *Live Streaming* (0,006 < 0,005), *Online Customer Review* (0,001 < 0,005) H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan Hasil uji t variabel *Influencer Review* (0,942 < 1,986) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli produk Dbaim_shop di *E-commerce* Shopee dengan tingkat signifikan (0,348 > 0,005).

Daftar pustaka : 36 (2016-2024)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul " Pengaruh *Live Streaming, Online Customer* Dan *Influencer Review* Terhadap Minat Beli Pada Shopee Dbaim_Shop" dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dengan penuh kesabaran dan ketulusan. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan perhatian kepada penulis sehingga termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Seluruh dosen dan *staff* Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu dan dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua tercinta, Bapak Naman dan Ibu Kilem, serta kakak-kakak saya, Nur Sadiyah dan Dwi Anggini, serta kakak ipar saya, Andi NurZaman. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan moral yang telah memotivasi

6. penulis untuk menyelesaikan studi ini dengan baik. Semoga penulis dapat membanggakan kalian.
7. Halimatu Sadiyah, yang selalu mendukung saya dari awal perkuliahan hingga akhir masa studi, serta selalu mendukung dan menghibur saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen, khususnya reguler C angkatan 2020, atas dukungan, doa, kasih sayang, kebersamaan, serta telah menjadi teman dalam suka dan duka.

Semoga segala amal kebaikan kalian diterima Allah SWT dan dicatat sebagai amalan terbaik. Aamiin. Harapan penulis, semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penelitian selanjutnya.

Aamiin Ya Rabbal'alam.

Walaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Bekasi, 31 Juli 2024
Yang menyatakan

Tri Bagus Kurniawan
NPM : 41183402200068

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Pelaporan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>E-commerce</i>	20
2.1.2 Pengertian <i>E-commerce</i>	20
2.2 Perilaku Konsumen	21

	Halaman
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.3 Minat Beli.....	21
2.3.1 Pengertian Minat beli.....	21
2.3.2 Tahapan minat beli.....	22
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	23
2.4 <i>Live Streaming</i>	24
2.4.1 Pengertian <i>Live Streaming</i>	24
2.4.2 Indikator <i>Live Streaming</i>	24
2.5 <i>Online Customer Review</i>	25
2.5.1 pengertian <i>Online Customer Review</i>	25
2.5.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	26
2.6 <i>Influencer review</i>	27
2.6.1 Pengertian <i>Influencer review</i>	27
2.5.2 Indikator <i>Influencer Reviewe</i>	28
2.6 Penelitian Terdahulu	29
2.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	33
2.7.1 Kerangka pemikiran.....	33
2.7.2 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	37
3.2 Lokasi Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	38

	Halaman
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Jenis dan Sumber Data	40
3.6 Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1 Variabel Minat beli(Y).....	41
3.6.2 Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	41
3.6.3 Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	42
3.6.4 Variabel <i>Influencer Review</i> (X3).....	43
3.3 Metode Analisis Data	43
3.3.1 Uji Validitas Instrumen	44
3.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	44
3.3.3 Uji asumsi klasik.....	45
3.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	46
3.3.5 Uji Signifikan Hipotesis (uji t)	47
3.3.6 Uji F (anova).....	47
3.3.7 Koefisien Penentu (KP) atau Koefisien Determinasi (R)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.2 Visi Misi Dbaim_shop	49
4.2 Hasil Pengolahan Data Statistik	50
4.2.1 Deskripsi Hasil Uji validitas instrumen	50
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas instrumen.....	54

	Halaman
4.2.3 Karakteristik responden	54
4.2.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.6 Analisis Regresi Berganda.....	77
4.2.7 Uji Hipotesis	78
4.2.8 Hasil Uji Koefisien Determinan(R^2).....	81
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap minat beli	84
4.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap minat beli	84
4.3.3 Pengaruh <i>Influencer Review</i> Terhadap minat beli	84
4.4 Keterbatasan Penelitian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1. 1	Situs Jual Beli <i>Online</i>	2
Tabel 1. 2	Peringkat Penjualan Di <i>E-Commerce</i> Shopee Dbaim_Shop	4
Tabel 1. 3	<i>Pra-Survey</i> Minat Beli Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	5
Tabel 1. 4	<i>Pra-Survey</i> Variabel Yang Paling Mempengaruhi Minat Beli	6
Tabel 1. 5	<i>Pra-Survey Live Streaming</i> Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	8
Tabel 1. 6	<i>Pra-Survey Online Customer Review</i> Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	11
Tabel 1. 7	<i>Pra-Survey Influencer Review</i> Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	15
Tabel 2. 1	Penelitian Yang Relevan.....	29
Tabel 3. 1	Skala Likert	40
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	50
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	51
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer Review</i> (X3).....	52
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	53
Tabel 4. 5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
Tabel 4. 6	Jumlah Sampel Dan Tingkat Pengisian Kuesioner	55
Tabel 4. 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	57
Tabel 4. 10	Deskripsi Variabel <i>Live Streaming</i> (X1).....	58
Tabel 4. 11	Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	62
Tabel 4. 12	Deskripsi Variabel <i>Influencer Review</i> (X3).....	66
Tabel 4. 13	Deskripsi Variabel Minat Beli(Y).....	69
Tabel 4. 14	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	73
Tabel 4. 15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4. 16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4. 17	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	77

	Halaman
Tabel 4. 18 Hasil Uji T	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Korfisien Determinan(R2)	81

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar		Halaman
Gambar1. 1	<i>Live Streaming</i>	7
Gambar1. 2	<i>Online Customer Review</i>	10
Gambar1. 3	<i>Influencer Review</i>	13
Grafik		
Grafik 1. 1	Situs Jual Beli <i>Online</i>	2
Grafik 4. 1	Normal Probability plot	72
Grafik 4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

skripsi penelitian_Tri bagus kurniawan utama.

ORIGINALITY REPORT

28% SIMILARITY INDEX	26% INTERNET SOURCES	19% PUBLICATIONS	15% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	4%
2	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
3	repositori.uma.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
7	jim.unisma.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	theses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%