

HALAMAN MOTTO

“Jika bukan karena Allah yang mampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”
(Q.S Al-Insyirah: 05-06)

“Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* saja. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”



HALAMAN PERSEMBAHAN

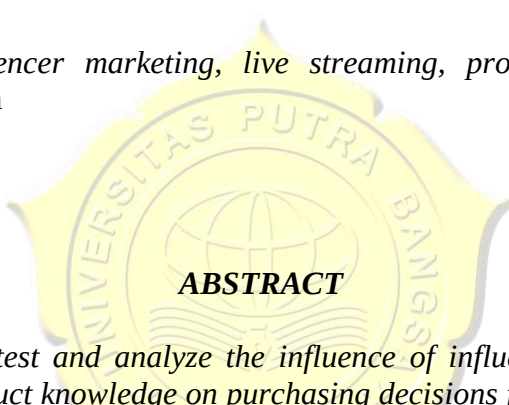
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkannya sebagai tanda terima kasih kepada:

1. Diri saya Rizkiana, terimakasih sudah berjuang sampai detik ini dengan banyaknya cobaan dan masalah yang ada tetapi tetap bisa menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin. Terimakasih atas kerja kerasmu semoga selalu diberi kebahagiaan dan keberkahan dimanapun dan kapanpun.
2. Kepada kedua orang tua saya bapak Turino dan ibu Muchanah terimakasih sudah memberikan doa serta dukungan di setiap waktu.
3. Dosen Pembimbing terbaik Ibu Kholifah, S.E.,M.M yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Alifudin Asarif terimakasih sudah menjadi partner yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah selama ini. Semoga setelah skripsi, langkah kita ke masa depan bisa tersusun serapih bab per bab seperti skripsi ini
5. Sahabat saya Ristiana Yulianti,Nur Hikmah dan Aghisni yang selalu meluangkan waktu untuk menghibur dan memberikan semangat.
6. Teman saya Muli Khoerunnisa yang sudah sabar memberikan tambahan ilmu yang sangat bermanfaat.
7. Semua temen kuliah, temen kerja, serta temen online semua yang sudah memberikan dukungan dan doanya, persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *influencer marketing*, *live streaming*, dan *product knowledge* terhadap keputusan pembelian produk jiniso di shopee. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis SPSS. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *influencer marketing*, *live streaming*, dan *product knowledge* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Variabel *influencer marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel *product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *influencer marketing*, *live streaming*, *product knowledge* dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of influencer marketing, live streaming, and product knowledge on purchasing decisions for Jiniso products on Shopee. This study was conducted in the community of Kebumen Regency, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. The data collection technique was by distributing questionnaires. The analysis used was validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used was the assistance of the SPSS analysis program. The results obtained in the study indicate that the variables of influencer marketing, live streaming, and product knowledge have a simultaneous effect on purchasing decisions. The influencer marketing variable has a significant effect on purchasing decisions, the live streaming variable has a significant effect on purchasing decisions, and the product knowledge variable has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *influencer marketing*, *live streaming*, *product knowledge* and purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

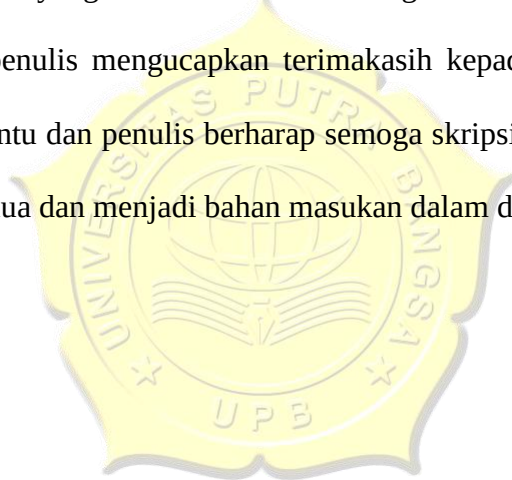
Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi jenjang Sarjana Bismis Digital (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Bismis Digital di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Kholifah S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta meluangkan waktu dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua yang tiada hentinya memanjatkan do'a dan memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
3. Seluruh dosen dan segenap civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengalaman yang berharga selama masa studi.
4. Para responden yang sudah bersedia meluangkan waktu.
5. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.



Kebumen, 12 Agustus 2025

Penulis,

Rizkiana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Variabel Keputusan Pembelian	16
2.1.2. Variabel <i>Influencer Marketing</i>	18
2.1.3. Variabel <i>Live Streaming</i>	21
2.1.4. Variabel <i>Product Knowledge</i>	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4. Model Empiris.....	33
2.5. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

3.1. Objek dan Subjek Penelitian	36
3.1.1. Objek Penelitian	36
3.1.2. Subjek Penelitian.....	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. Definisi Operasional Variabel	37
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	41
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	42
3.6. Populasi dan Sampel	43
3.7. Teknik Analisis.....	46
3.8. Alat Analisis	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Analisis Deskriptif.....	58
4.2. Analisis Statistik.....	64
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.3. Uji Hipotesis	73
4.2.4. Koefisien Determinasi.....	77
4.3. Pembahasan	78
BAB SIMPULAN	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Keterbatasan	83
5.3. Implikasi	84
5.3.1. Implikasi Praktis	84
5.3.2. Implikasi Teoritis	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Mini Riset Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi <i>Keputusan Pembelian</i> pada Kuisisioner	38
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi <i>Influencer Marketing</i> pada Kuisisioner	39
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi <i>Live Streaming</i> pada Kuisisioner	40
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi <i>Product Knowledge</i> pada Kuisisioner	40
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i>	65
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Live Streaming</i>	66
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Product Knowledge</i>	66
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Keputusan Pembelian</i>	67
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel IV- 11 Hasil Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel IV- 12 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	74
Tabel IV- 13 Hasil Regresi Uji F	76
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Grafik Nilai Penjualan	2
Gambar I- 2 Grafik Nilai Penjualan	3
Gambar I- 3 Grafik Produk terlaris	4
Gambar I- 4 Grafik Penjualan Produk Jiniso	9
Gambar II- 1 Kerangka Penelitian	34
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot	70
Gambar IV- 2 Output Uji Normalitas	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data Pribadi Responden
Lampiran III	Tabulasi Responden
Lampiran IV	Uji Validitas
Lampiran V	Uji Realibilitas
Lampiran VI	Uji Multikolinearitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t
Lampiran VII	Uji F
Lampiran VIII	Uji Determinasi
Lampiran IX	Uji Heteroskedastisitas
Lampiran X	Normalitas
Lampiran XI	Tabel R
Lampiran XII	Tabel T
Lampiran XIII	Tabel F
Lampiran XIV	Kartu Konsultasi
Lampiran XV	Kartu Tanda Peserta Seminar

