

## **HALAMAN MOTTO**

“Jadilah satu persen lebih baik setiap harinya”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah yang penulis persembahkan untuk:

1. Diri sendiri atas semangat, dan kesetiaan untuk mau berproses sampai sejauh ini, serta keberanian untuk belajar hal yang baru.
2. Kedua orang tua saya, Alm Bapak Sentot Rusmanto dan Ibu Sumiyem yang senantiasa mendo'akan, mendidik, memberikan dukungan dan kasih sayang selama ini dan seterusnya.
3. Sahabat-sahabat dan seperjuanganku Refa Afifah Nur Islami, Rina Khusnul Khotimah, Nur Rohmah Tri Fajri, Annisa Indah Fatmawati, Oktiana yang selalu bersedia membantuku dalam kesusahan dan selalu memotivasi serta menginspirasi.
4. Teman-teman seperjuangan dari Kampus 2 khususnya kelas 7 MJRAK2 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, pengalaman dan banyak hal luar biasa yang kita jalani dan pelajari bersama.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kebaikan dari awal hingga akhir.

## **ABSTRACT**

*The study aims to determine the effect of live streaming, flash sale, and free shipping on buying decisions Shopee. This research was conducted in the Kebumen Regency community, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased and used Shopee in the Kebumen Regency community. The data collection technique is by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used is with the help of the SPSS Version 25 for Windows analysis program. The research results show that Live Streaming (X1), Flash Sale Program (X2), and Free Shipping (X3) simultaneously have a positive effect on Buying Decisions (Y). Partially Live Streaming (X1), Flash Sale (X2), and Free Shipping (X3) Buying Decision (Y). The coefficient of determination test ( $R^2$ ) shows that there is a fairly close relationship between live streaming, flash sale and free shipping on buying decisions with an R value of 0.756. Through the adjusted R square value, it is also known that the live streaming, flash sale and free shipping variables contribute 75.6% to the buying decision variable while the remaining 24.4% is influenced by other variables not discussed in this research.*

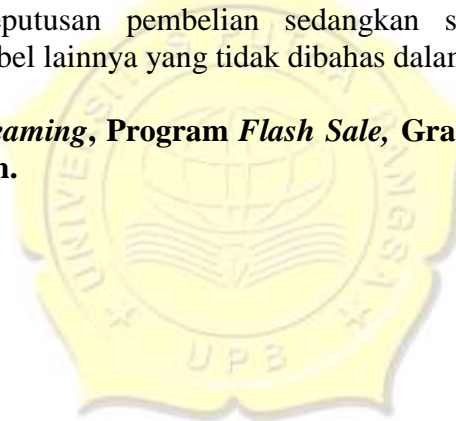
**Keywords: Live Streaming, Flash Sale, Free Shipping, and Buying Decision.**



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming*, program *flash sale*, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di *Shopee*. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden yang pernah membeli dan menggunakan *shopee* pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linier berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan bantuan program analisis *SPSS Versi 25 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming* (X1), Program *Flash Sale* (X2), dan Gratis Ongkir (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Secara parsial *Live Streaming* (X1), Program *Flash Sale* (X2), dan Gratis Ongkir (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara *live streaming*, program *flash sale*, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian dengan nilai R sebesar 0,756. Melalui nilai *adjusted R square* juga diketahui bahwa variabel *live streaming*, program *flash sale*, dan gratis ongkir berkontribusi sebesar 75,6%, terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 24,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Live Streaming*, Program *Flash Sale*, Gratis Ongkos Kirim, dan Keputusan Pembelian.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan ridho dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, Program *Flash Sale*, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di *Shopee* (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)” sehingga dapat penulis selesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, saran, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta Alm Bapak Sentot Rusmanto dan Ibu Sumiyem yang telah mendidik dan membesarkan, serta do'a-do'anya kepada penulis sehingga penulis bisa meraih masa depan dengan baik.
2. Ika Susilowati, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis dalam penulisan skripsi.
3. Teman-teman mahasiswa UPB Kampus 2 khususnya kelas 7 MJRAK2 yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
4. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik penulis baik secara langsung dan tidak langsung.

5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan yang telah diberikan semua pihak dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 12 Januari 2024

Penulis,



Rosiana Intani  
NIM 205504172

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	18

2.1.2.	Live Streaming.....	30
2.1.3.	Program <i>Flash Sale</i> .....	33
2.1.4.	Gratis Ongkos Kirim.....	40
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	42
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	54
2.4.	Model Empiris.....	59
2.5.	Hipotesis.....	59
BAB III	.....	62
METODE PENELITIAN	.....	62
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	62
3.2.	Variabel Penelitian .....	62
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	63
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	67
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.6.	Populasi dan Sampel .....	71
3.7.	Teknik Analisis .....	74
BAB IV	.....	86
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	.....	86
4.1.	Analisis Deskriptif.....	86
4.2.	Analisis Statistik.....	93
4.3.	Pembahasan .....	112
BAB V	.....	118
SIMPULAN	.....	118
5.1.	Simpulan.....	118
5.2.	Keterbatasan .....	119



5.3. Implikasi.....	120
5.3.1 Implikasi Praktis .....	120
5.3.2 Implikasi Toritis.....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	124



## DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 <i>E-commerce</i> yang paling banyak dikunjungi masyarakat Kabupaten Kebumen .....	4
Tabel I-2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian Pengguna <i>Shopee</i> pada Masyarakat Kabupaten Kebumen .....	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu .....	51
Tabel III-1 Indikator Kepuasan Pembelian pada Kuesioner .....	64
Tabel III-2 Indikator <i>Live Streaming</i> pada Kuesioner .....	65
Tabel III-3 Indikator Program <i>Flash Sale</i> pada Kuesioner .....	66
Tabel III-4 Indikator Gratis Ongkir pada Kuesioner .....	67
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	88
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Usia .....	89
Tabel IV-4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan/Uang Saku .....	90
Tabel IV-5 Responden Berdasarkan Domisili .....	91
Tabel IV-6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	92
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas <i>Live Streaming</i> (X1) .....	94
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Program <i>Flash Sale</i> (X2) .....	95
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Gratis Ongkos Kirim (X3) .....	95
Tabel IV-10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	96
Tabel IV-11 Hasil Uji Reliabilitas .....	97
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolineritas .....	98
Tabel IV-13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	100
Tabel IV-14 Hasil Uji Normalitas .....	103
Tabel IV-15 Hasil Analisis Linier Berganda .....	105
Tabel IV-16 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t) .....	108
Tabel IV-17 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F) .....	110
Tabel IV-18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar I-2 Jumlah Pengunjung Toko Online di Indonesia .....	3
Gambar II-1 Model Empiris.....	59
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	101



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian .....	128
Lampiran II Tabulasi Data Kuesioner.....	135
Lampiran III Output Olah Data.....	144
Lampiran IV Kartu Bimbingan Skripsi.....	153
Lampiran V Kartu Seminar.....	154

