

HALAMAN MOTTO

“Tanpa cinta, kecerdasan itu berbahaya. Tanpa kecerdasan, cinta itu tidak cukup.”

B. J. Habibie

‘Selesaikan yang sudah dimulai’



HALAMAN PERSEMBAHAN

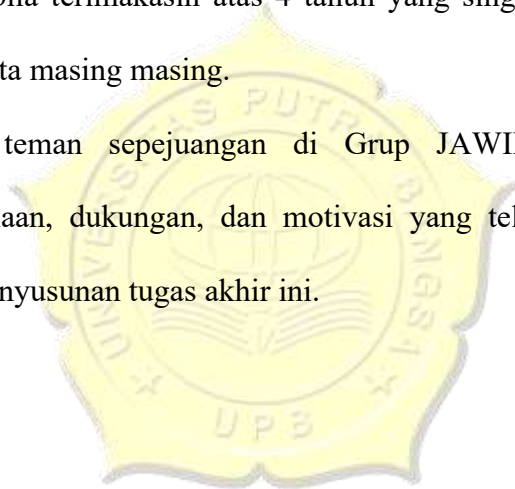
Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Pada Kesempatan kali ini, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan semangat sehingga Skripsi ini dapat selesai pada waktunya,antara lain kepada:

1. Kepada diri saya sendiri, yang telah mampu bekerja sama dan berkomitmen dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena tetap berpikir positif ketika keadaan tidak selalu berpihak, serta terus berusaha menumbuhkan kepercayaan pada diri sendiri hingga akhirnya mampu membuktikan bahwa saya dapat mengendalikan dan menguatkan diri dalam menyelesaikan proses ini.
2. Ibu Saya, Ibu Rusmina yang selalu membantu dalam jerih payahnya, keringatnya, doanya, dan harapannya pada anak perempuan tunggal satu satunya ini, semangat yang diberikan selalu menjadi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Almarhum Nenek saya, Beliau Nenek 'Aisah yang tidak kalah berjasa dihidup saya semasa hidupnya. Terimakasih sudah menjadi rumah

pertamaku dan panutan untuk cucu perempuan tersayang, sehingga penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. Terimakasih atas waktu, kesabaran, dan arahan selama proses membimbing saya hingga terselesaikanya skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, dan terimakasih untuk kritik, saran, dan motivasi yang membangun.
5. Sahabat saya tercinta Putri Liska Aryani, Riski Salsabila, Dwi Fitria Ningrum, Nadia Ella Oktafia, Septriana Aulia, dan Nabila Adawiyah Nursalsabila terimakasih atas 4 tahun yang singkat ini, sukses selalu dijalan kita masing masing.
6. Seluruh teman sepejuangan di Grup JAWIR, terimakasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, dan *Discount price* terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, dan *Discount price* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen Erigo pada *E-Commerce Shopee* di Kabupaten Kebumen dengan jumlah 150 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengambilan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuisioner. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Data dianalisis dengan bantuan program *SPSS 27 for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Influencer marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *Live Streaming* dan *Discount Price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, dan *Discount price* secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo pada konsumen *E-Commerce Shopee* di Kabupaten Kebumen.

Kata kunci: *Influencer Marketing*, *Live Streaming*, *Discount price*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of influencer marketing, live streaming, and discount pricing on purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the extent of influence influencer marketing, live streaming, and discount pricing have on purchasing decisions, both partially and simultaneously. The data collected in this study were 150 Erigo consumers on the e-commerce platform Shopee in Kebumen Regency. The data collection instrument used in this study was a questionnaire. The data analysis tool used in this study was multiple linear regression analysis. The data analysis technique used was quantitative analysis, consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests, t-tests, and f-tests. The data were analyzed using SPSS 27 for Windows. The results of this study indicate that influencer marketing influences purchasing decisions, while live streaming and discount pricing have a significant influence on purchasing decisions. The conclusion of this study shows that Influencer Marketing, Live Streaming, and Discount Prices collectively have a significant influence on the purchasing decisions of Erigo products among Shopee e-commerce consumers in Kebumen Regency.

Keywords: Influencer Marketing, Live Streaming, Discount Prices, Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh *Influencer Marketing, Live Streaming* dan *Discount Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo pada *E-Commerce* Shopee di Kebumen”** tugas akhir ini disusun dan diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan.

Semoga dengan selesainya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang maupun bagi peneliti selanjutnya.



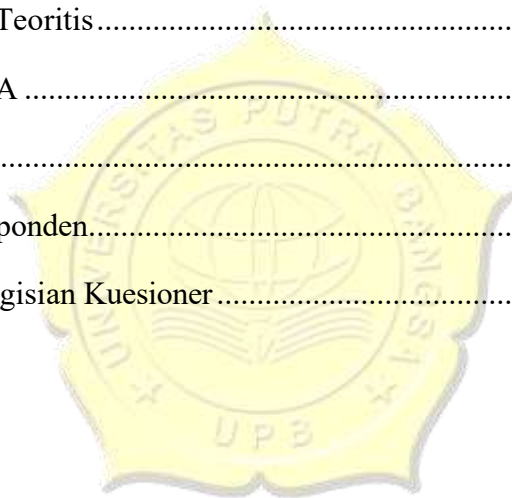
DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori.....	15

2.1.1. S-O-R	15
2.1.3. <i>Influencer Marketing</i>	21
2.1.4. <i>Live streaming</i>	24
2.1.5. <i>Discount Price</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Hubungan Antar Variabel	42
2.4. Model Empiris.....	45
2.5. Hipotesis.....	45
BAB III	47
METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	47
3.1.1 Objek Penelitian.....	47
3.1.2 Subjek penelitian.....	47
3.2. Variabel Penelitian	47
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	48
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	51
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6. Populasi dan Sampel	55
3.6.1 Populasi penelitian.....	55
3.6.2 Sampel Penelitian	56
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	56
3.7. Teknik Analisis	57
3.7.1 Analisis Statistik	57

3.7.2 Analisis Deskriptif	57
3.8 Alat Analisis Data	58
3.8.1 Uji Instrumen	58
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.8.4 Uji Hipotesis	64
BAB IV	68
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	68
4.2. Analisis Deskriptif	69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2.2 Karakteristik berdasarkan alamat	70
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang saku	73
4.3 Analisis Statistik	74
4.3.1 Uji Instrumen	74
4.3.2 Uji Reliabilitas	77
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	78
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.3.5 Uji Hipotesis	85
4.3.6 Koefisien Determinasi	89
4.4 Pembahasan	90
4.4.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.4.2 Pengaruh <i>Live streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91

4.4.3 Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.4.4 Pengaruh <i>Influencer Marketing, Live streaming, dan Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	94
BAB V.....	96
SIMPULAN	96
5.1. Simpulan	96
5.2. Keterbatasan.....	98
5.3. Implikasi.....	99
5.3.1 Implikasi Praktis	99
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	108
A. Identitas Responden.....	109
B. Petunjuk Pengisian Kuesioner.....	110



DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Top Brand Fashion penjualan shopee 2025	3
Tabel I. 2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee di Kebumen	6
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel III. I Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Influecer Marketing	49
Tabel III. II Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Live streaming	50
Tabel III. III Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Discount Price	50
Tabel III. IV Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	70
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku	73
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing.....	75
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Live streaming.....	75
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Discount Price	76
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel IV. 12 Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
Tabel IV. 13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	86
Tabel IV. 14 Hasil Uji Simultan (F).....	88
Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 E-commerce yang Sering Diakses di Indonesia.....	2
Gambar I. 2 Akun Resmi Erigo Official di Shopee	4
Gambar II. 1 Tahapan Pengambilan Keputusan	18
Gambar II. 2 Kerangka Empiris	45
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	80
Gambar IV. 2 Hasil Uji Normalitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran- 1 Kuesioner Penelitian	108
Lampiran- 2 Data Responden.....	113
Lampiran- 3 Hasil Uji Validitas	125
Lampiran- 4 Hasil Uji Reliabelitas	129
Lampiran- 5 Uji Asumsi Klasik	130
Lampiran- 6 Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda.....	132
Lampiran- 7 Hasil Hipotesis	133
Lampiran- 8 Tabel r	135
Lampiran- 9 Tabel t.....	139
Lampiran- 10 Tabel f	143
Lampiran- 11 Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	146
Lampiran- 12 Kartu Tanda Seminar	147

