

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
DI TOKO FOCUS STORE MELALUI *E-COMMERCE* TOKPED**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



OLEH

MARIA NOVI YANTI

NPM: S1-19190068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE DI TOKO FOCUS STORE
MELALUI *E-COMMERCE* TOKPED

OLEH : MARIA NOVI YANTI

NPM : S1-19190068

Disetujui,
Pembimbing

(VERA CLARA SIMANJUNTAK, S.Sos., M.M.)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Dr. Syarief Gerald. P, SE., MM., M.Si., M.Ak) (Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

Mengetahui,
Ketua Prodi

Mengetahui,
Dekan

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming*, *Flash Sale*, dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian handphone di Toko Focus Store melalui *platform e-commerce* Tokopedia. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan bisnis online yang menuntut pelaku usaha untuk memanfaatkan strategi promosi digital yang efektif dalam menarik minat konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna Tokopedia yang pernah berbelanja di Toko Focus Store. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Live Streaming*, *Flash Sale*, dan *Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai *F* hitung sebesar 12,389 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, semakin baik pelaksanaan *Live Streaming*, promosi *Flash Sale*, serta kualitas *Customer Review*, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Tokopedia.

Kata Kunci : *Live Streaming*, *Flash Sale*, *Customer Review*, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* DI TOKO *FOCUS STORE* MELALUI *E-COMMERCE* TOKPED.

Penyusunan Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak. selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedi Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis sampai dengan selesainya Skripsi ini
5. Terima kasih kepada Staff perpustakaan di Universitas Binaniaga Indonesia, semoga perpustakaan semakin ramai dan semakin banyak buku serta mahasiswa yang menyempatkan diri untuk masuk perpustakaan.
6. Terima kasih Staf BAAK dan dosen yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang sudah mengajari kami selama kami kuliah

7. Terima kasih kawan-kawan seperjuangan Universitas Binaniaga Indonesia tidak ada kata lain selama masa kuliah yang bisa di ungkapkan dengan kata-kata.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kata kesempurnaan. oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan ilmu yang berarti bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak.

Bogor, Juni, 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	Ix
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. <i>E-commerece</i>	14
B. <i>Live Streaming</i>	16
C. <i>Flash Sale</i>	22
D. <i>Customer Review</i>	24
E. Keputusan Pembelian	27
F. Penelitian Terdahulu	33
G. Kerangka Penelitian	37
H. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Metode Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Operasional Variabel	43
D. Populasi dan Sampel	45

E. Jenis dan Sumber Data	47
F. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
G. Analisis Korelasi	54
H. Analisis Deskriptif	56
I. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
J. Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Sejarah Perusahaan	64
B. Profil Responden	67
C. Uji Validitas dan Realiabilitas	69
1. Uji Validitas	69
2. Uji Reliabilitas	74
3. Uji Asumsi Klasik	74
D. Analisis Deskriptif	79
E. Koefisien Korelasi	88
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
G. Uji t	90
H. Uji F	92
I. Koefisien Determinasi (R^2)	94
J. Pembahasan	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penjualan Handphone Toko Focus Store Tokopedia dengan Kompetitor	6
Tabel 2	Hasil Pra <i>Survey Live Streaming</i>	7
Tabel 3	Hasil Pra <i>Survey Flash Sale</i>	7
Tabel 4	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 5	Operasional Variabel	44
Tabel 6	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 7	Indeks Jawaban Responden	58
Tabel 8	Profil Responden	67
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	70
Tabel `0	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	71
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Review</i> (X3)	72
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 14	Uji Linieritas variabel <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
Tabel 15	Uji Linieritas variabel <i>Flash Sale</i> Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 16	Uji Linieritas variabel <i>Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 18	Kriteria Skor Variabel Penelitian	79
Tabel 19	Distribusi Jawaban responden pada variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	80
Tabel 20	Distribusi Jawaban responden pada variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	82
Tabel 21	Distribusi Jawaban responden pada variable <i>Customer Review</i> (X3)	84
Tabel 22	Distribusi Jawaban responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 23	Hasil Analisis Korelasi	88

Tabel 24	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	89
Tabel 25	Hasil Uji t.....	91
Tabel 26	Hasil Uji F	93
Tabel 27	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Laporan Follower Ekkystorefocuss (Toko Focus Store)	5
Gambar 2	Laporan Live Streaming Ekkystorefocuss (Toko Focus Store) 2024	6
Gambar 3	Proses Keputusan Pembelian	30
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 5	Logo Toko Focus Store	65
Gambar 6	Struktur Organisasi Toko Focus Store.....	66
Gambar 7	Hasil Uji Normal	75
Gambar 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Output Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuisisioner
Lampiran 5	Output Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Output Uji
Lampiran 7	Profil Responden
Lampiran 8	Output Statistik Deskriptif
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel t
Lampiran 11	Tabel F