

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI TIKTOK  
SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : RISKA DWI ISLAMI**

**21.1041.1018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2025**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Dwi Islami  
NIM : 2110411018  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa SKRIPSI yang berjudul: PENGARUH KUALITAS PRODUK, *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER); adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Februari 2025  
Yang menyatakan,



Riska Dwi Islami  
NIM. 21.1041.1018

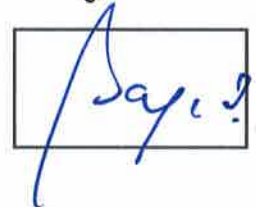

**SKRIPSI****PENGARUH KUALITAS PRODUK, *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI TIKTOK  
SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER)**

OLEH: RISKI DWI ISLAMI  
NIM 21.1041.1018

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Retno Endah Supeni, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Bayu Wijyantini, SE., MM



**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul; Pengaruh Kualitas Produk, *Live Streaming* dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Tiktok Shop (Studi Kasus mahasiswa di Kabupaten Jember). Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 13 Februari 2025  
Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
Dr. Haris Hermawan, MM  
NPK : 198101011503640

Anggota 1,

  
Dr. Retno Endah Supeni, MM  
NPK : 1967052219510256

Anggota 2,

  
Bayu Wijyantini, SE.,MM  
NPK : 1979021711009661

Mengesahkan:

Dekan,

  
Maheni Jca Sari, SE., M.M  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,

  
Dr. Trias Setyowati, SH., SE, M.M  
NPK. 1972032710509477

## MOTTO

“Skripsi ini bukan sekadar sebuah karya, tetapi juga perjalanan untuk menciptakan nilai.”

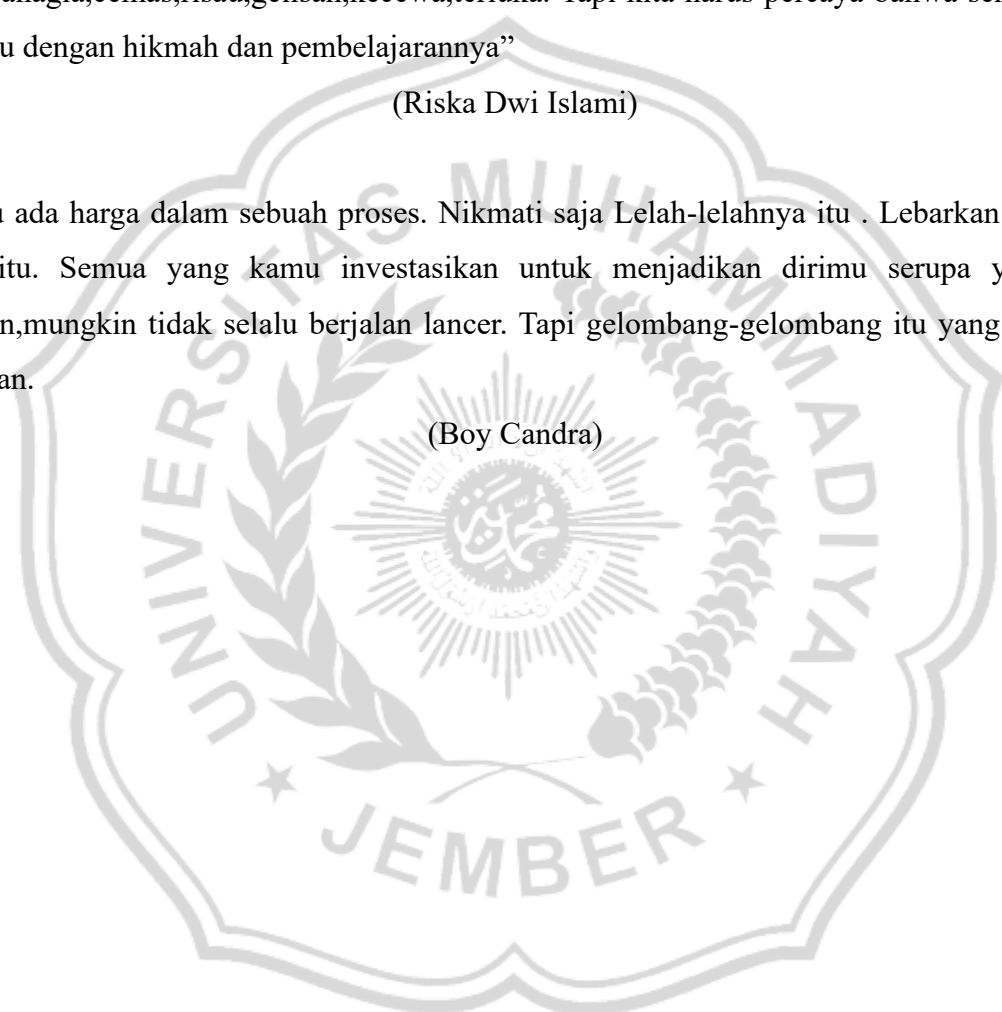
(Mahatma Gandhi)

“Hidup selalu membawa kita pada pasang surut perasaan terkadang kita sedih,bahagia,cemas,risau,gelisah,kecewa,terluka. Tapi kita harus percaya bahwa semua akan bertemu dengan hikmah dan pembelajarannya”

(Riska Dwi Islami)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelahnya itu . Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kamu investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan,mungkin tidak selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.

(Boy Candra)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji Syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Orang tua tersayang Ibu Angriani dan Bapak Surnadi yang telah memberi dukungan moril maupun materi serta do'a untuk keberhasilan saya. Karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling tulus selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua. Oleh karena itu, terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian Ayah Ibuku tercinta.
3. Saudaraku tersayang, Devi Aprilia Katini S.Pd dan Natasya Amalia Syarifah terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu kalian berikan. Semoga kita menjadi anak kebanggaan kedua orangtua.
4. Sahabat dan teman dekat. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak akan mungkin aku sampai di titik ini. Terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mewarnai selama masa perkuliahan kita.
5. Ibu Dr. Retno Endah Supeni SE., MM dan ibu Bayu SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini, serta telah meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Serta terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini dan seluruh civitas akademi di kampus tercinta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, *Live Streaming* dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan pembelian produk Kecantikan di Tiktok Shop ". Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan yang tidak mudah. Namun, berkat doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan tugas ini. Maka dari itu dengan penuh rasa hormat dan tulus hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas anugerah hidup dan kesempatan yang Engkau berikan. Tanpa kasih sayang dan petunjuk-Mu, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Cinta pertamaku, Ayahanda tercinta Bapak Surnadi terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Walau beliau tidak pernah merasakan bangku kuliah namun perjuangannya sangat hebat menghantarkan penulis di tiktok ini. Ayah adalah sumber inspirasi dan kekuatan bagi penulis dalam setiap langkah kehidupan.
3. Pintu Surgaku, Ibunda tercinta ibu Angriani terima kasih atas cinta, pengorbanan, dan doa yang selalu mengiringi penulis. Walau beliau tidak pernah merasakan bangku kuliah namun perjuangannya sangat hebat menghantarkan penulis di tiktok ini. Sungguh doamu telah menyelamatkanmu dari hidup yang keras, sehingga penulis berada dalam keberuntungan dalam kehidupan ini
4. Saudaraku tersayang, Devi Aprilia Katini S.Pd dan Natasya Amalia Syarifah terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu kalian berikan. Semoga kita menjadi anak kebanggaan kedua orangtua.
5. Ibu Dr. Retno Endah Supeni, SE.,MM dan ibu Bayu Wijyantini,SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu yang berharga, penulis mengucapkan terima kasih atas kesabaran dan dedikasinya dalam membimbing penulis.

6. Untuk Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Terima kasih atas ilmu, pengetahuan, dan inspirasi yang telah diberikan selama masa studi. Kalian telah membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih baik dan siap menghadapi tantangan di masa depan.
7. Untuk Teman Seperjuanganku Ulfi Zahruna, Masyitha Sari Fadhiyah yang telah bersama-sama melalui suka dan duka, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang tak pernah padam. Kalian adalah bagian penting dalam perjalanan penulis.
8. Untuk Jodoh Penulis yang tertulis di Lauhul Mahfudz kelak kamu adalah alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, Meskipun penulis tidak tau keberadaanmu di bumi bagaimana, dengan siapa dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata "BJ Habiebie" kalau memang dia di lahirkan untuk sata, kamu jungkir balik pun saya yang dapat.
9. Untuk Diri Sendiri Riska Dwi Islami Terima kasih atas ketekunan, kerja keras, dan semangat yang tidak pernah padam. Penulis bangga atas pencapaian ini dan akan terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi amal jariyah bagi penulis. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.



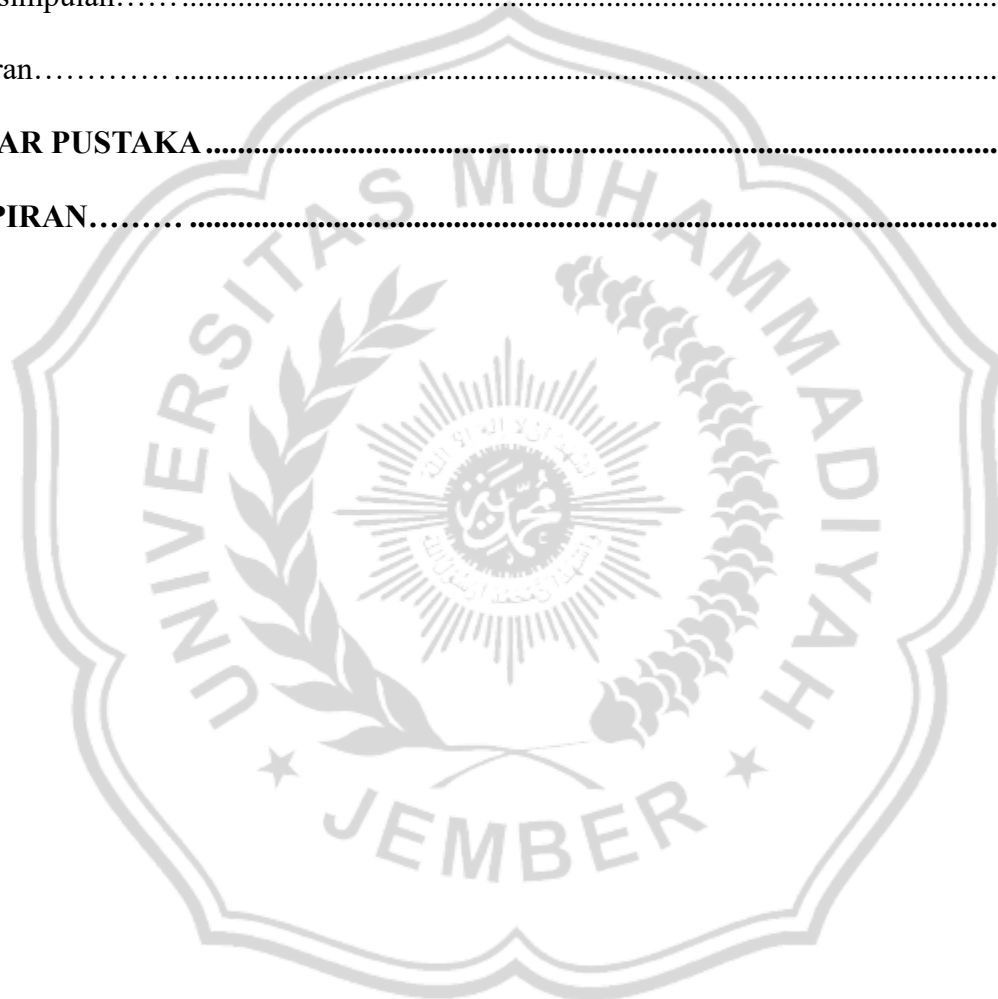
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	9
2.1.2.1 Definisi Bauran Pemasaran .....	10
2.1.2.2 Unsur Bauran pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.4 E-Commerce.....	12
2.4.1.1 Definisi <i>E-Commerce</i> .....	13
2.4.1.2 Klasifikasi <i>E-Commerce</i> .....	13
2.1.5 Kualitas Produk .....	14
2.1.5.1 Pengertian Kualitas produk .....	14

2.1.5.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.6 <i>Live Streaming</i> .....	15
2.1.6.1 Pengertian <i>Live Streaming</i> .....	16
2.1.6.2 Indikator <i>Live Streaming</i> .....	16
2.1.7 <i>Flash Sale</i> .....	16
2.1.7 Pengertian <i>Flash Sale</i> .....	16
2.1.7.1 Indikator <i>Flash Sale</i> .....	16
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.8 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.8.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.3 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	28
3.1.1 Variabel Independen/ Variabel Bebas (X).....	28
3.1.2 Variabel Dependen/ Variabel Terikat (Y).....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3 Desain Penelitian.....	31
3.4 Jenis Data Penelitian.....	31
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder.....	32
3.5 Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel.....	32
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34

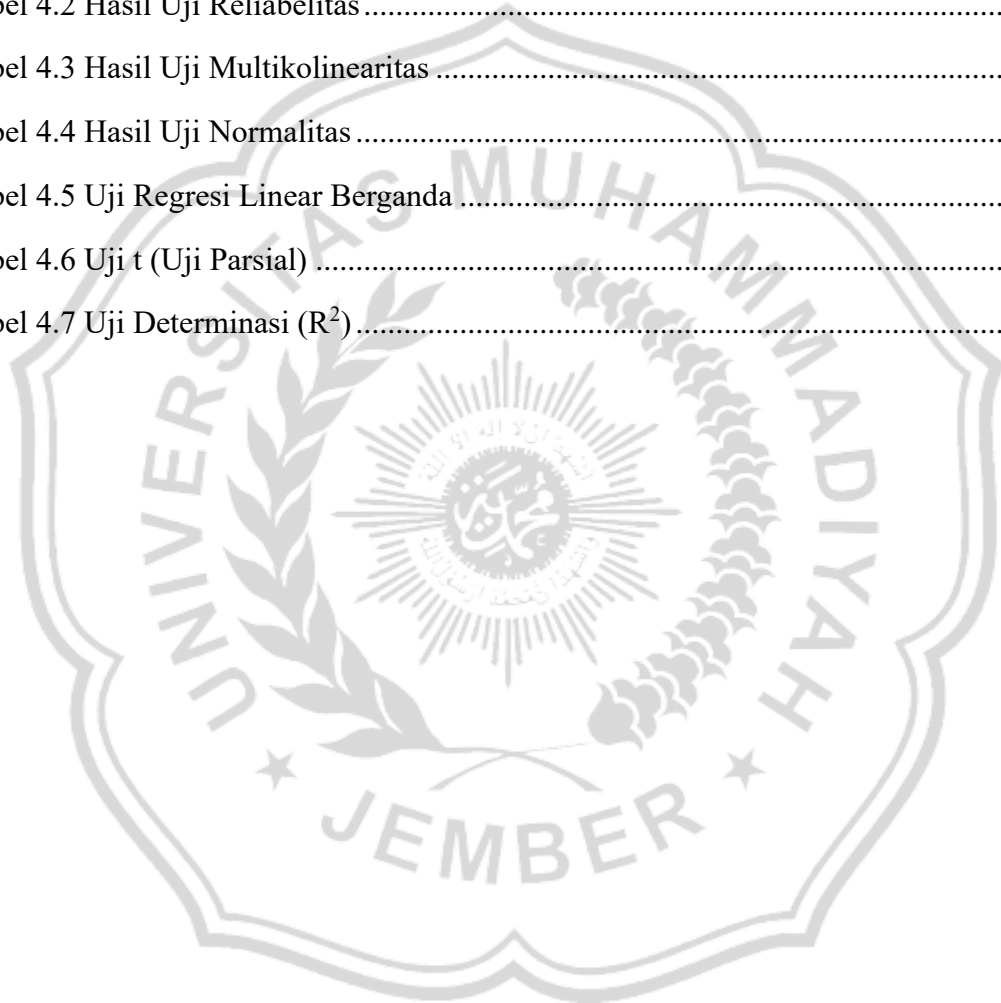
3.7.2 Uji Instrumen Data .....	32
3.7.2.1 Uji Validitas .....	34
3.7.2.2 Uji Rehabilitas .....	34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.3.1 Uji Mulikolineritas .....	34
3.7.3.2 Heteroskedastisitas .....	35
3.7.3.3 Uji Normalitas .....	35
3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	35
3.7.5 Uji Hipotesis .....	36
3.7.5.1 Uji t (parsial).....	34
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	35
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>38</b>
4.1.1 Sejarah Tiktok Shop .....	38
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	38
4.1.3 Struktur Perusahaan.....	38
<b>4.2 Hasil Uji Analisis Data .....</b>	<b>38</b>
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	38
4.2.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.2.1.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	42
4.2.2 Hasil Intrumen Data .....	61
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	67
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	69
4.2.6 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	70
<b>4.3 Pembahasan Penelitian.....</b>	<b>72</b>

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.3.2 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.3.3 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>



### DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Pra Survei pengguna <i>E-commerce</i> pada mahasiswa di Kabupaten Jember...5	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabelitas .....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	68
Tabel 4.6 Uji t (Uji Parsial) .....	69
Tabel 4.7 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persaingan e-commerce Kuartal I 2024.....	1
Gambar 1.2 Pengguna Tiktok Berdasarkan Usia.....	2
Gambar 4.1 Logo Tiktok .....	38
Gambar 4.2 Struktur Jabatan Tiktok.....	39
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.4 Responden berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Asal Kampus .....	41
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenjang Pendididk .....	42
Gambar 4.7 Tanggapan responden X1.1 Kualitas produk.....	43
Gambar 4.8 Tanggapan responden X1.2 Kualitas produk.....	44
Gambar 4.9 Tanggapan responden X1.3 Kualitas produk.....	45
Gambar 4.10 Tanggapan responden X1.4 Kualitas produk.....	46
Gambar 4.11 Tanggapan responden X1.5 Kualitas produk.....	47
Gambar 4.12 Tanggapan responden X1.6 Kualitas produk.....	48
Gambar 4.13 Tanggapan responden X1.7 Kualitas produk.....	49
Gambar 4.14 Tanggapan responden X1.8 Kualitas produk.....	50
Gambar 4.15 Tanggapan responden X2.1 <i>Live streaming</i> .....	51
Gambar 4.16 Tanggapan responden X2.2 <i>Live streaming</i> .....	52
Gambar 4.17 Tanggapan responden X2.3 <i>Live streaming</i> .....	53
Gambar 4.18 Tanggapan responden X2.4 <i>Live streaming</i> .....	54
Gambar 4.19 Tanggapan responden X3.1 <i>Flash sale</i> .....	55
Gambar 4.20 Tanggapan responden X3.2 <i>Flash sale</i> .....	56
Gambar 4.21 Tanggapan responden X3.3 <i>Flash sale</i> .....	57
Gambar 4.22 Tanggapan responden X3.4 <i>Flash sale</i> .....	58
Gambar 4.23 Tanggapan responden Y1 Keputusan pembelian.....	59

Gambar 4.24 Tanggapan responden Y2 Keputusan pembelian .....60

Gambar 4.25 Tanggapan responden Y3 Keputusan pembelian .....61

Gambar 4.26 Tanggapan responden Y4 Keputusan pembelian .....62



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pengantar Kuisisioner.....	83
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian.....	85
Lampiran 3. Rekapitulasi Kuisisioner Online.....	87
Lampiran 4 Jawaban Responden.....	102
Lampiran 5. Uji Validitas.....	107
Lampiran 6. Uji Reabilitas.....	109
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik.....	110
Lampiran 8. Uji Regresi Linear Berganda.....	111
Lampiran 9. Gambar R Tabel.....	111

