

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *INFLUENCER MARKETING* DAN DISKON
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK SHOP
DI KABUPATEN JEMBER
(Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**PRISNA DEA LEONITA
2110411183**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : PRISNA DEA LEONITA
NIM : 2110411183
PRODI : MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Live Streaming, Influencer Marketing* Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Tiktok Shop Di Kabupaten Jember (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instansi 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 memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 03 Februari 2025

Yang menyatakan



PRISNA DEA LEONITA

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *INFLUENCER MARKETING* DAN DISKON
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK SHOP
DI KABUPATEN JEMBER**
(Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)

PRISNA DEA LEONITA
2110411183

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Ahmad Izzuddin, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu, SE., M.Si.



PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *Live Streaming*, *Influencer Marketing* Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Tiktok Shop di Kabupaten Jember (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember). telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 30 April 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK. 1986051411703796

Anggota 1



Ahmad Izzuddin, SE., MM
NPK. 1990100711605780

Anggota 2



Jekti Rahayu SE., M.Si
NPK. 1972071111703793

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

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

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, untuk ayah dan mama. Ayah terimakasih sudah bekerja keras tak tahu malam siang untuk mencukupi biaya anak-anakmu sehingga bisa menyelesaikan pendidikannya, terimakasih untuk pelajaran hidup yang ayah beri sehingga anakmu menjadi tangguh, mama terimakasih atas doanya, pengorbanannya, dan ketabahannya. Terimakasih sudah membimbing dan menyemangati saya hingga sampai dititik sekarang. Semoga ayah dan mama senantiasa selalu berada dalam lindunganNya, sehat selalu untuk ayah dan mama. Terimakasih.
2. Untuk alm kakak tercinta saya. Terima kasih telah memberikan kekuatan dan menjadi pondasi semangat saya sehingga saya pantang menyerah dan kembali bersemangat dan saya dapat menyelesaikan tugas akhir.
3. Untuk teman seperjuangan saya, Firsia Zerlinda, Regita Wira, Annisa Fitriana dan Avinta Melinda terimakasih karena selalu bisa diandalkan. Teman yang sangat berkontribusi besar membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, teman yang berjuang dari semester 1 bersama-sama melewati lika-liku perkuliahan mulai dari susahnya materi dan tugas hingga lingkungan yang terkadang begitu kejam, terimakasih karena sudah menjadi teman baik saya. Sudah sama-sama sampai pada titik ini, kita hebat.
4. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, terutama Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM dan ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku dosen penguji serta dosen pembimbing saya. Terima kasih karena telah memberikan tenaga, waktu, pikiran, semangat dan doanya untuk membimbing dan mengarahkan skripsi saya hingga selesai dan dinyatakan lulus.
5. Untuk teman angkatan 2021, khususnya prodi Manajemen. Terimakasih telah memberi warna disetiap kelas perkuliahan dan terimakasih atas dukungannya selama ini.
6. Terakhir, Terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Prisna Dea Leonita. Terima kasih telah berusaha keras hingga dititik ini untuk meyakinkan dan selalu menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini hingga selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri, rayakan dirimu, kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Kejarlah semua impian yang kamu inginkan dan Jangan sia – siakan segala usaha dan doa – doa yang selalu kamu langitkan. Allah SWT telah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk setiap perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah SWT selalu meridhai setiap langkahmu serta selalu menjagamu dalam lindungan-Nya di mana pun kamu berada. Aamiin.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari
(kejahatan) yang diperbuatnya.”
(QS. Al-Baqarah, 2 : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”
(QS. Al-Insyirah, 94 : 5-6)

“Sesungguhnya bencana terhadapmu bukan untuk menghancurkanmu melainkan
sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar
kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”
~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”
~Rachel Vennya~



KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh *Live Streaming, Influencer Marketing* Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Tiktok Shop Di Kabupaten Jember (Studi Kasus Mahasiswa Di Kabupaten Jember)” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.

9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2021 khususnya Manajemen, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 03 Februari 2025
Yang menyatakan



PRISNA DEA LEONITA
NIM2110411183

DAFTAR ISI

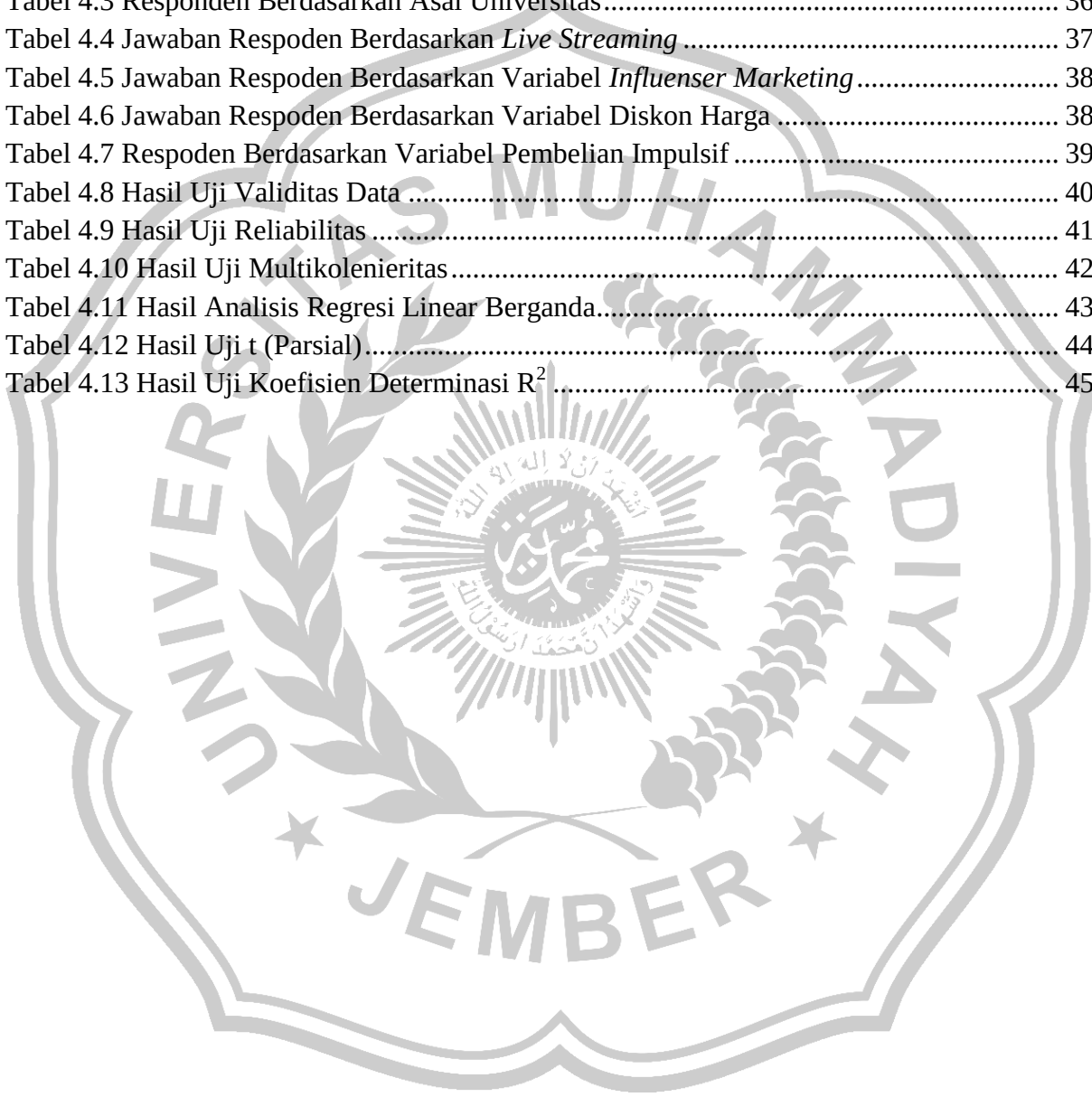
COVER.....	I
PERNYATAAN	II
PERSETUJUAN	III
PENGESAHAN	IV
PERSEMBAHAN	V
MOTTO.....	VI
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian	6
1.5 Pembatasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Grand Teory (consumer behavior)</i>	7
2.2 Manajemen Pemasaran	8
2.2.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.3.1 Promosi.....	9
2.3.2 Jenis – Jenis Promosi.....	10
2.4 <i>Live Streaming</i>	10
2.5 <i>Influencer Marketing</i>	12
2.5.1 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	13
2.5.2 Dimensi <i>Influencer Marketing</i>	13
2.6 Diskon Harga	14
2.7 Perilaku Konsumen.....	16
2.8 Pembelian Impulsif	17
2.7.1 Jenis – Jenis Pembelian Impulsif.....	18
2.7.2 Indikator Pembelian Impulsif	18
2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.10 Kerangka Konseptual.....	22
2.11 Hipotesis	23
2.10.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Pembelian Impulsif	23
2.10.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Pembelian Impulsif.....	23
2.10.3 Pengaruh Diskon Harga terhadap Pembelian Impulsif	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Identifikasi Variabel	24
3.1.1 Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	24
3.1.2 Variabel Bebas (<i>Independen</i>)	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2.1 <i>Live Streaming</i> (X1)	24
3.2.2 <i>Influencer Marketing</i> (X2).....	25
3.2.3 Diskon Harga (X3)	25
3.2.4 Pembelian Impulsif (Y)	26
3.3 Desain Penelitian	26
3.4 Jenis Data	26
3.4.1 Data Primer.....	26
3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Populasi.....	27
3.6 Sampel	27
3.6.1 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	28
3.7.1 Kuesioner.....	28
3.7.2 Wawancara	29
3.7.3 Dokumentasi.....	29
3.7.4 Studi Literatur.....	29
3.8 Teknik Analisis Data	29
3.9 Uji Instrumen Data.....	29
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.11 Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.12 Uji Hipotesis	31
3.13 Uji Determinasi (Uji R^2)	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah TikTok Shop	33
4.1.2 Logo TikTok.....	33
4.1.3 Visi dan Misi TikTok Shop	34
4.1.4 Nilai Budaya TikTok	34
4.2 Deskriptif Statistik	35
4.2.1 Responden Berdasarkan Usia	35
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.3 Responden Berdasarkan Asal Universitas	36
4.2.4 Frekuensi Pembelian di TikTok Shop	37
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	37
4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel <i>Live Streaming</i>	37
4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel <i>Influencer Marketing</i>	38
4.3.3 Distribusi Jawaban Variabel Diskon Harga.....	39
4.3.4 Distribusi Jawaban Variabel Pembelian impulsif.....	39

4.4	Hasil Uji Instrumen Data	40
4.4.1	Hasil Uji Validitas	40
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	41
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	41
4.5.2	Hasil Uji Multikolenieritas	42
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.7	Uji Hipotesis-Uji t (Parsial)	44
4.8	Uji Koefisien Determinasi R ²	45
4.9	Pembahasan	46
4.9.1	Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap pembelian impulsif.....	46
4.9.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap pembelian impulsif.....	47
4.9.3	Pengaruh Diskon Harga Terhadap pembelian impulsif.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Situs Belanja Online Yang Paling Banyak dikunjungi Oleh Masyarakat Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	28
Tabel 4.1 Respoden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	36
Tabel 4.4 Jawaban Respoden Berdasarkan <i>Live Streaming</i>	37
Tabel 4.5 Jawaban Respoden Berdasarkan Variabel <i>Influenser Marketing</i>	38
Tabel 4.6 Jawaban Respoden Berdasarkan Variabel Diskon Harga	38
Tabel 4.7 Respoden Berdasarkan Variabel Pembelian Impulsif	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Data	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolenieritas	42
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial).....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	45



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Negara Pengguna Tiktok Terbesar Di Dunia (Juli 2024)	4
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	33
Gambar 4.2 Frekuensi Pembelian Online.....	37
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	41
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner	60
Lampiran 3. Deskripsi Statistik Responden	63
Lampiran 4. Statistik Jawaban Responden	64
Lampiran 5. Hasil Uji Intrumen Data	57
Lampiran 6. Hasil Uji Linear Berganda	69
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik	70
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	71
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	71
Lampiran 10. R Tabel, T Tabel dan F Tabel	72
Lampiran 11. Dokumentasi, Surat Izin Penelitian dan Bukti Penyebaran Kuesioner	76

