

**PERAN PROMOSI PENJUALAN, *INFLUENCER MARKETING*, DAN
LIVESTREAMING TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI TIKTOK INDOSTORE
JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember



Oleh : Novianto Hari Wibowo
22.1041.1009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novianto Hari Wibowo

NIM : 2210411009

Program Studi : S-1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa Skripsi yang berjudul “Peran Promosi Penjualan, *Influencer Marketing*, Dan *Livestreaming* Terhadap *Impulse Buying* di Tiktok Indostore Jember” adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali dalam beberapa kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya. Karya ini belum pernah diajukan ke institusi manapun serta bukan merupakan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan prinsip ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut secara hukum jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang merasa dirugikan atas pernyataan yang tidak benar ini.

Jember, 13 Juli 2026
Yang menyatakan,



Novianto Hari Wibowo
NIM. 2210411009

SKRIPSI

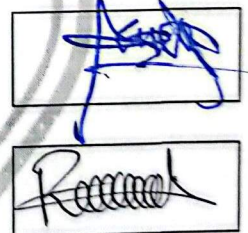
PERAN PROMOSI PENJUALAN, *INFLUENCER MARKETING*, DAN *LIVESTREAMING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI TIKTOK INDOSTORE JEMBER

Oleh : NOVIANTO HARI WIBOWO
NIM. 22.1041.1009

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Budi Santoso, SE.,MM.,M.Akun.

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I.,M.Pd.I.,SE.,MM.



PENGESAHAN

Sekripsi berjudul “Peran Promosi Penjualan, *Influencer Marketing*, Dan *Livestreaming* Terhadap *Impulse Buying* di Tiktok Indostore Jember” telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 13 Juli 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah..MM
NPK. 19670810106032426

Anggota 1

Dr. Budi Santos, SE., MM., M.Akun
NPK. 1973100911139340

Anggota 2

Rusdiyanto, S.PdI., M.PdI..MM
NPK. 196411818407039

Mengesahkan:

Dekan

Maheni Ika Sari, S.E., M.M
NIP. 197308112005012001

Ketua Program Studi

Septy Holisa Umamy, S.M., M.M
NPK. 19950922122091029

MOTTO

“Jangan merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing”

(QS. Maryam:4)

“Nak buktikan bahwa anak terakhirpun bisa sukses dengan caramu sendiri, selama niatmu baik dan usahamu sungguh-sungguh, ibu akan selalu meridhoi setiap langkahmu ”

(Ibu)

“Setetes air keringat yang mengalir dari ibu adalah wujud nyata perjuangan tanpa rasa lelah, setiap tetesannya mengandung seribu langkah pengorbanan yang mendorong kita untuk terus maju”

(MIAW)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur dihaturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpah dan karunianya, sehingga penulis ini dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat. Dengan rasa bangga, karya ini, penulis persembahkan kepada :

1. Skripsi ini saya persembahkan pertama-tama kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, dukungan moral, serta pengorbanan yang luar biasa demi keberhasilan pendidikan saya. Tanpa restu dan kasih sayang kalian, saya tidak akan sampai pada titik ini.
2. Selanjutnya untuk sadaura satu satunya mas saya Okky Sigit Heri Permadi terima kasih telah menjadi kakak yang sabar dan pengertin semoga sukses selalu masku.
3. Untuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Niasa Ningsih Nurjoko, Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan. Kehadiranmu menjadi penyemangat dalam perjalanan ini, memberikan motivasi di saat sulit, dan selalu percaya pada setiap langkah yang saya ambil.
4. Keluarga besar Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan. Kehangatan serta semangat yang kalian berikan menjadi salah satu kekuatan terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaik saya, Miftahul Bismis Gustrinawan dan Anindha Sekar Nawang Wulang, terima kasih atas waktu, bantuan, serta dorongan semangat yang selalu diberikan. Kebersamaan dan diskusi kita selama masa studi ini menjadi memori yang sangat berharga bagi saya.
6. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Rey, Satria Rizky, Riko Ramadhan Lamosa, Nofal Ramadhan, dan Fhara. Terima kasih atas dukungan, bantuan, dan persahabatan yang terus terjalin. Kalian adalah bagian penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan saya.
7. Teruntuk diri saya sendiri, terima kasih telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah meski dihadapkan pada berbagai rintangan. Saya bangga atas keteguhan hati yang telah membawa saya melewati proses yang panjang ini.
8. Terakhir, tulisan ini juga saya dedikasikan untuk kucing-kucing kesayangan saya yang telah tiada. Kehadiran kalian dahulu memberikan kebahagiaan dan ketenangan tersendiri bagi saya di sela-sela waktu pengerjaan tugas dan skripsi ini. Terima kasih pernah menjadi bagian dari hidup saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Peran Promosi Penjualan, Influencer Marketing, Dan Livestreaming Terhadap Impulse Buying di Tiktok Indostore Jember*, dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran pariwisata.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan dalam proses penyelesaian studi.
3. Bapak/Ibu Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak/Ibu dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama masa perkuliahan.
6. Pengelola Indostore Jember serta seluruh responden yang telah membantu dan memberikan informasi dalam proses penelitian ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa serta sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan selama penyusunan skripsi.
8. Kedua orang tua tercinta, ayah dan ibu, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 13 Juli 2026

Penulis

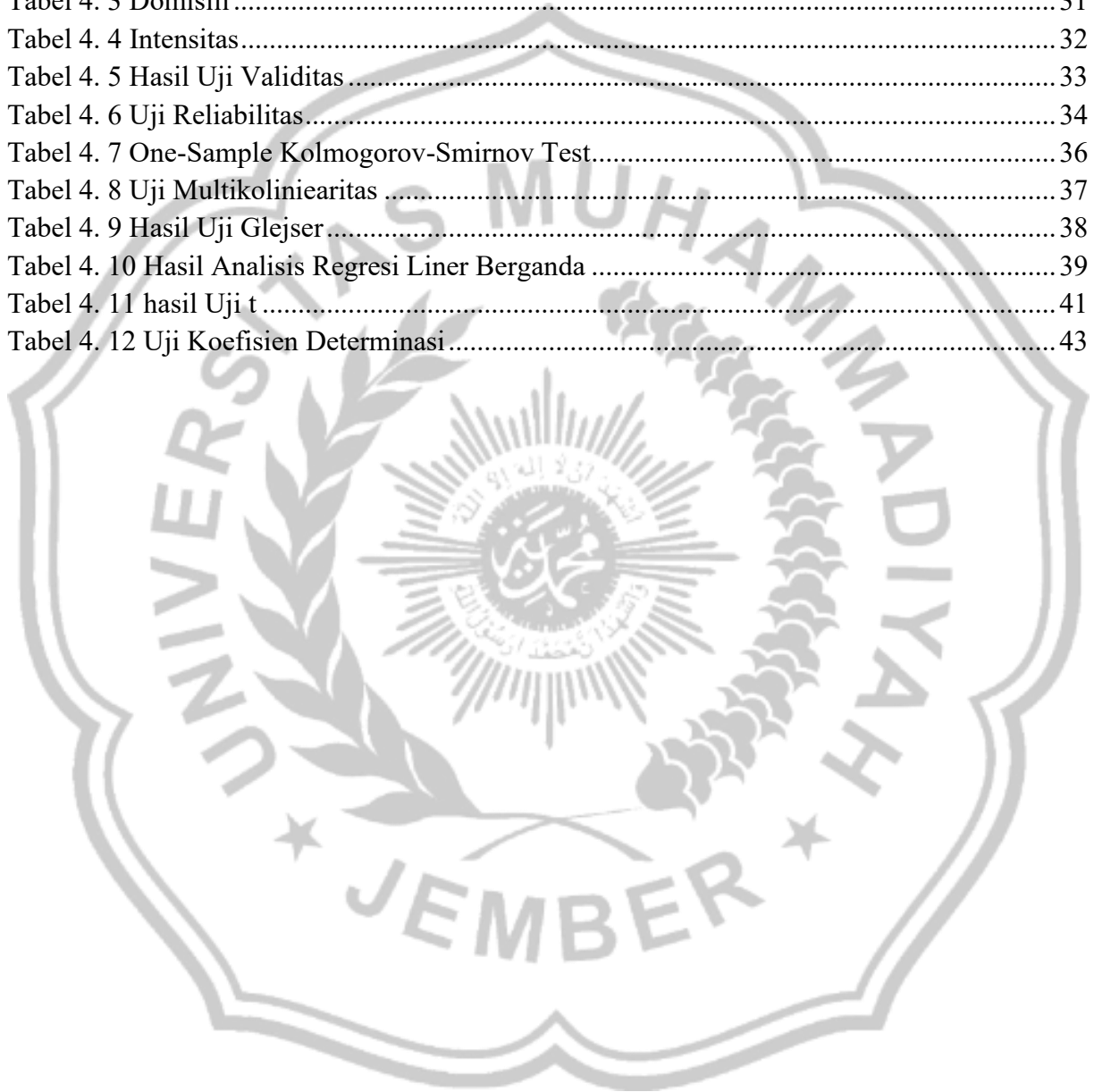
DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Promosi Penjualan.....	7
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.2.1 Promosi Penjualan (X1)	21
3.2.4 Impulse Buying (Y)	22
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data	23
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.5.1 Populasi.....	24
3.5.2 Sampel.....	24

3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.5.4	Teknik Pengumpulan Data	25
3.6	Skala Pengukuran Variabel	26
3.7	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Tahapan Pengolahan Data	26
3.7.2	Uji Instrumen	26
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	27
3.7.4	Analisis Regresi Berganda.....	28
3.7.5	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Objek Penelitian	29
4.2	Analisis Data.....	30
4.2.1	Karakteristik Responden.....	30
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
4.2.5	Uji Hipotesis	41
4.3	Pembahasan	44
4.3.1	Peran Promosi Penjualan terhadap Impulse Buying.....	44
4.3.2	Peran Influencer Marketing terhadap Impulse Buying.....	45
4.3.3	Peran <i>Livestreaming</i> terhadap Impulse Buying	46
BAB V PENUTUP		48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	49
5.2.1	Saran Praktis	49
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penilaian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Variabel	26
Tabel 3. 2 Nilai Alpha	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	30
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin	31
Tabel 4. 3 Domisili	31
Tabel 4. 4 Intensitas.....	32
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	36
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Glejser	38
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4. 11 hasil Uji t	41
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Perbandingan.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4. 1 Lokasi Indostore Jember.....	29
Gambar 4. 2 P-Plot	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner	53
Lampiran 2 Identitas Responden	54
Lampiran 3 Petunjuk Pengisian	54
Lampiran 4 Instrumen Penelitian	55
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian.....	56
Lampiran 6 Dokumentasi Konten Influencer Marketing	57
Lampiran 7 Jadwal Sesi Live Streaming	57
Lampiran 8 Promosi Diskon Penjualan	58
Lampiran 9 Tabulasi Data Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan.....	59
Lampiran 10 Tabulasi Data Jawaban Responden Variabel Influencer Marketing	60
Lampiran 11 Tabulasi Data Jawaban Responden Variabel Live Streaming	61
Lampiran 12 Tabulasi Data Jawaban Responden Variabel Impulse Buying	62
Lampiran 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	64
Lampiran 14 Lampiran 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Influencer Marketing	64
Lampiran 15 Lampiran 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Live Streaming.....	64
Lampiran 16 Lampiran 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Impulse Buying	64
Lampiran 17 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	65
Lampiran 18 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Indikator Penelitian	66
Lampiran 19 Output SPSS Hasil Uji Validitas.....	70
Lampiran 20 Output SPSS Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan.....	72
Lampiran 21 Output SPSS Hasil Uji Normalitas	73
Lampiran 22 Output Hasil Uji Multikolinearitas	74
Lampiran 23 Output SPSS Hasil Uji Heteroskedastitas	74
Lampiran 24 Output SPSS Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	74
Lampiran 25 Tabel r (Uji Validitas pearson product moment)	75