

SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *EVENT TANGGAL KEMBAR ECOMMERCE SHOPEE*



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:
LILIS SUNDARI
NIM: 2110312220006
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH *LIVE STREAMING, FLASH SALE* DAN *ONLINE CUSTOMRER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *EVENT TANGGAL KEMBAR ECOMMERCE SHOPEE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

LILIS SUNDARI

NIM: 2110312220006

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 5 Juli 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Rifani, S.E, MM
NIP. 197807052003121002

Mengetahui

Koordinator Program Studi S1

Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 197007072005011001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Lilis Sundari
NIM : 2110312220006
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Event* Tanggal Kembar *Ecommerce* Shopee
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Sabtu, 05 Juli 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ahmad Rifani, S.E, MM

()

Penguji I : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D

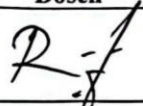
Penguji II : M. Yudi Rahman, SE,MM

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Lilis Sundari
NIM : 2110312220006
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Event* Tanggal Kembar *Ecommerce* Shopee
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Sabtu, 05 Juli 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji.

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan Dosen
1	Dr. Ahmad Rifani, S.E, MM NIP. 197807052003121002	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari pembimbing

Banjarmasin, 15 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Progam Studi
Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa,



Lilis Sundari
NIM. 2110312220006

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkap sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 15 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Lilis Sundari
NIM: 2110312210007

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale* dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah pada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, yang membawa cahaya dalam kehidupan manusia untuk mencapai ridho-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentunya saya mengalami banyak sekali hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, segala puji syukur atas segala kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapa Prof Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapa Abdul Hadi, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
5. Ibu Dr. Mieske Claudia, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.

6. Bapak Dr. Ahmad Rifani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, yang telah sabar dan mau meluangkan tenaga, waktu, serta pikiran dalam membimbing saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi saya.
7. Prof. Laila Refiana, S.Psi, M.Si, Ph.D. dan M. Yudy Rachman, SE, MM., selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan evaluasi, masukan, serta saran yang membangun sebagai perbaikan dalam skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam menjalankan kehidupan di masa yang akan datang.
9. Kedua orang tua, ayah saya Endang Saripudin dan ibu saya Rabiatul Adawiyah yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan tidak terkira disetiap perjalanan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada kakak saya yaitu Mohammad Yuda nata yang senantiasa memberikan nasehat kepada saya dan adik saya yaitu Mohammad Ikchan Handi Nata yang selalu membantu saya.
10. Teman-teman saya Asriana, Monna, Dila, Dhea, Alike, Maul, Putri, Hani, Amin dan michael yang hadir untuk saling memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan jasa kalian akan dibalas oleh Allah SWT. Saya menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saya sangat menghargai saran dan masukan yang bersifat membangun demi melengkapi kekurangan dan keterbatasan dalam proses penulisan skripsi ini.

Saya berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 15 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Lilis Sundari

ABSTRACT

Lilis Sundari (2025). *The Influence of Live Streaming, Flash Sales, and Online Customer Reviews on Purchase Decisions During Shopee's Double Date Events.*

Advisor : Ahmad Rifani

This study aims to examine and analyze: (1) the simultaneous influence of live streaming, flash sales, and online customer reviews on purchase decisions during Shopee's double date events, (2) the partial influence of live streaming on purchase decisions, (3) the partial influence of flash sales on purchase decisions, and (4) the partial influence of online customer reviews on purchase decisions during these events.

This research employs a quantitative approach. The population consists of members of Generation Z, born between 1997 and 2012, residing in Banjarmasin and having prior shopping experience on Shopee. Data were collected from 100 respondents using purposive sampling and a structured questionnaire. The data were analyzed using multiple regression analysis, classical assumption tests, F-tests, and t-tests, all conducted with SPSS version 23.

The results show that: (1) live streaming, flash sales, and online customer reviews simultaneously have a positive effect on purchase decisions during Shopee's double date events, (2) live streaming does not have a significant partial effect, (3) flash sales have a positive partial effect, and (4) online customer reviews also have a positive partial effect on purchase decisions.

Keywords: *Live Streaming, Flash Sales, Online Customer Reviews, Purchase Decisions*

ABSTRAKSI

Lilis Sundari (2025). Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee.
Pembimbing : Ahmad Rifani

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh *Live Streaming, Flash Sale & Online Customer Review* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, (2) pengaruh *Live Streaming* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, (3) pengaruh *Flash Sale* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, dan (4) pengaruh *Online Customer Review* secara parsial terhadap Keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z, kelahiran tahun 1997 sampai dengan 2012 di Banjarmasin yang pernah berbelanja di shopee. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji f dan uji t yang dioperasikan melalui software SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Live Streaming, Flash Sale & Online Customer Review* secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, (2) *Live Streaming* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, (3) *Flash Sale* secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee, dan (4) *Online Customer Review* secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan pembelian pada *event* tanggal kembar *ecommerce* Shopee.

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

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusalah Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.5. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Live Straming	19
2.1.2. <i>Flash Sale</i>	21
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	24
2.1.4. Keputusan Pembelian	27
2.2. Penelitian terdahulu	33
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	39
3.1. Kerangka Konseptual	39
3.2. Hipotesis	40
BAB IV METODE PENELITIAN	42
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	42
4.2. Jenis Penelitian	42
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian.....	42
4.4. Unit Analisis.....	42
4.5. Populasi dan Sampel	43
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	45
4.7. Teknik Pengumpulan Data	48
4.8. Teknik Analisis Data	49

BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	57
5.1 Gambaran Umum Objek	57
5.2 Hasil dan Analisis.....	58
5.2.1. Karakteristik Responden	58
5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	61
5.2.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
5.2.4. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	75
5.2.5. Hasil Analisis Data	79
5.2.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
5.2.8. Implikasi Hasil Penelitian.....	89
5.2.9. Keterbatasan Penelitian	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	93
6.1. Kesimpulan	93
6.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. 1 Hasil Survei Pendahuluan	13
Tabel 2. 1 penelitian sebelumnya	33
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4. 2 Interval Skala Likert.....	51
Tabel 5. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 5. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 5. 3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir.....	60
Tabel 5. 4 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Live Streaming (X1).....	61
Tabel 5. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Flash Sale (X2).....	63
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Online Customer Review (X3)	66
Tabel 5. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian (Y) ..	69
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5. 10 Hasil Uji One Sample Kolmogoriv-Smirnov.....	76
Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 5. 12 Hasil Uji Glejser	78
Tabel 5. 13 Hasil Uji Linearitas	78
Tabel 5. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 5. 15 Hasil Uji Koefesien Determinasi	81
Tabel 5. 16 Hasil uji statistic F.....	82
Tabel 5. 17 Hasil uji t.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. 1 Data jumlah pengguna e-commers di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Data Kunjungan E-Commerce Sepanjang Tahun 2023.....	4
Gambar 1. 3 fitur <i>Live Streaming</i> pada <i>e-commerce</i> Shopee.....	5
Gambar 1. 4 Tingkat Penjualan Shopee Live.....	7
Gambar 1. 5 fitur Flash Sale pada e-commerce Shopee.	8
Gambar 1. 6 fitur <i>Online Customer Review</i> pada <i>e-commerce</i> Shopee.	9
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden.....	109
Lampiran 3 Statistik Deskripsi Variabel.....	110
Lampiran 4 Uji Validitas.....	117
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	120
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	121
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
Lampiran 8 Uji Kelayakan Model.....	123
Lampiran 9 Pengujian Hipotesis.....	123