

**SKRIPSI**  
**PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN PROMO TANGGAL KEMBAR**  
**TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE DI BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen

**Oleh:**

**GUSTI AYU KOMANG AFRIL RATNASARI**

**NIM: 2010312220005**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN PROMO TANGGAL KEMBAR  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE DI BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

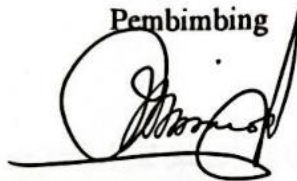
**Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari**

**NIM : 2010312220005**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 16, Mei 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



**H. Ikhwan Faisal,SE,M.Si,Ak,CA**

**NIP.19700209 199303 1 003**

Penguji I



**Dr. Nuril Huda,SE,MM**

**NIP. 19721021 199903 1 002**

Penguji II



**Rusniati,SE,M.Si**

**NIP. 19721117 199702 2 004**

Mengetahui

**Koordinator Program Studi  
Manajemen**



**Abdul Hadi,SE,M.Si**

**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS BANJARMASIN**


Nama : Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari  
NIM : 2010312220005  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 16 Mei 2024

Tim Penguji

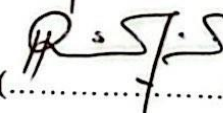
Pembimbing : H. Ikhwan Faisal,SE,M.Si,Ak,CA

()

Penguji I : Dr. Nuril Huda,SE,MM

()

Penguji II : Rusniati,SE,M.Si

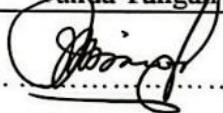
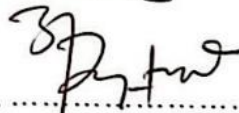
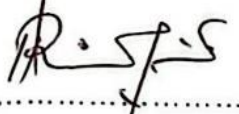
()

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari  
NIM : 2010312220005  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN PROMO  
TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN SHOPEE DI BANJARMASIN  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 16 Mei 2024  
Waktu Ujian : 08.30 WITA

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

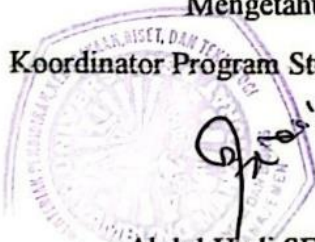
No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	H. Ikhwan Faisal,SE,M.Si, Ak,CA	Dosen Pembimbing	1. 
2	Dr. Nuril Huda,S E,MM	Dosen Penguji I	2. 
3	Rusniati,SE,M.Si	Dosen Penguji II	3. 

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 16 Mei 2024

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



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

Mahasiswa



Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari  
2010312220005

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Banjarmasin, 5 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Gusti Ayu Komang Afril R.

2010312220005

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugerah-Nya yang memungkinkan penyelesaian Skripsi yang berjudul **“PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN PROMO TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE DI BANJARMASIN”** tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan langkah awal dalam memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Harapannya, penelitian ini akan memberikan manfaat pengetahuan bagi peneliti dan para pembaca.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan panduan selama proses penyusunan Skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa pemilik segala yang ada, yang telah memberikan segala kebaikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Yunani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, S.E.,M.Si. selaku Dosen Penasihat Akademik.
5. Bapak H. Ikhwan Faisal, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, beliau telah memberikan bimbingan, pengetahuan, motivasi, kritik, saran, serta waktu yang berharga kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Dr. Nuril Huda, S.E.,M.M. selaku Dosen Penguji I, yang dengan kesediaannya memberikan waktu untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti guna meningkatkan kualitas penelitian ini.
7. Ibu Rusniati, S.E,M.Si. selaku Dosen Penguji II, yang dengan kesediaannya memberikan waktu untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti guna meningkatkan kualitas penelitian ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
9. Terima kasih kepada Orang Tua peneliti (Ajik dan Byang) yang telah melimpahkan kasih sayang, mendukung dari berbagai hal dan telah banyak berkorban sehingga peneliti mampu melangkah sejauh ini.
10. Terima kasih kepada Kakak kedua peneliti I Gusti Kade Suadnyana yang telah mendukung dan banyak berkorban untuk peneliti terutama waktu dan materi.
11. Terima kasih kepada Kakak pertama peneliti I Gusti Putu Sidharta Astawa dan Adik peneliti I Gusti Ketut Ray Nugraha yang selalu mendukung dan menyayangi peneliti.
12. Terima kasih kepada Keponakan-keponakan (Gita, Adek, dan Nabila) , Kakak Ipar, seluruh Sepupu (Mbok Mang dan Mbok Dek yang menemani saat ujian SBMPTN) , Paman, Bibi, Nenek, serta Kakek peneliti yang selalu mendukung peneliti.
13. Terima kasih kepada Lelaki yang menemani peneliti dari awal semester kedua perkuliahan, yang selalu mendukung, dan memberi banyak kebahagiaan kepada peneliti.

14. Terima kasih kepada Sahabat-sahabat peneliti yang saling mendukung dan berbagi suka dan duka (Vina, Widya, Ayu, Eneng, Ipit, Hengky, Ardi, Dhina, Dewi, Gina, Shofi, Anggi, Riska, dan banyak lagi).
15. Kepada rekan-rekan sekelas Manajemen Reguler B 2020, peneliti mengucapkan terima kasih atas kesetiaan dan kerjasamanya dalam proses pembelajaran, baik itu di dalam maupun di luar lingkungan kelas.
16. Segala bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, meskipun belum semua dapat peneliti sebutkan, sangatlah dihargai dan berarti bagi peneliti.

Banjarmasin

Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari

## ***ABSTRACT***

Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari (2024). *The Influence of Live Broadcasts and Twin Date Promos on Shopee Consumers' Purchase Interest in Banjarmasin*. Supervisor: H. Ikhwan Faisal.

*This research aims to (1) analyze the influence of live streamings on Shopee consumers' buying interest in Banjarmasin; (2) analyze the effect of twin date promos on Shopee consumers' buying interest in Banjarmasin; (3) analyze the influence of live streamings and twin date promos on Shopee consumers' buying interest in Banjarmasin.*

*The respondents of this research were 100 Shopee consumers in Banjarmasin who could be used in data processing. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS 26.*

*The results of this research show that live streamings and twin date promos partially have a significant effect on Shopee consumers' buying interest in Banjarmasin. This shows that the more often live streamings are carried out, the more buying interest Shopee consumers in Banjarmasin will increase and the more often twin date promos are held, the more shopee consumers' buying interest in Banjarmasin will increase. The results of this research also show that live streamings and twin date promos simultaneously influence Shopee consumers' buying interest in Banjarmasin.*

***Keywords:*** *Live Straming, Twin Date Promotions, Purchase Intention*

## ABSTRAKSI

Gusti Ayu Komang Afril Ratnasari (2024). Pengaruh Siaran Langsung dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee di Banjarmasin. Pembimbing : H. Ikhwan Faisal.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh siaran langsung terhadap minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin; (2) menganalisis pengaruh promo tanggal kembar terhadap minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin; (3) menganalisis pengaruh siaran langsung dan promo tanggal kembar terhadap minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin.

Responden penelitian ini adalah 100 konsumen Shopee di Banjarmasin yang dapat digunakan dalam pengolahan data. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS 26 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siaran langsung dan promo tanggal kembar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering siaran langsung dilakukan, maka akan meningkatkan minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin dan semakin sering diadakan promo tanggal kembar, maka akan meningkatkan minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa siaran langsung dan promo tanggal kembar berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Shopee di Banjarmasin.

**Kata kunci :** Siaran Langsung, Promo Tanggal Kembar, Minat Beli

## DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Promosi.....	10
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	12
2.1.3 Minat Beli.....	13
2.1.4 Siaran Langsung .....	17
2.1.5 Promo Tanggal Kembar .....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	23
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	25
3.1 Kerangka Konseptual.....	25
3.2 Hipotesis .....	26
BAB IV METODE PENELITIAN.....	29
4.1 Jenis Penelitian .....	29
4.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	29
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	29
4.4 Unit Analisis.....	29
4.5 Populasi dan Sampel.....	29

4.5.1	Populasi .....	29
4.5.2	Sampel .....	30
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	31
4.6.1	Variabel bebas ( <i>independent variable</i> ) .....	31
4.6.2	Variabel terikat ( <i>dependent variable</i> ) .....	32
4.6.3	Definisi Operasional Variabel .....	33
4.7	Teknik Pengumpulan Data .....	35
4.8	Teknik Analisis Data .....	36
4.8.1	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	36
4.8.2	Uji Asumsi Klasik .....	37
4.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
4.8.4	Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS</b> .....	<b>42</b>
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
5.1.1	Identitas Objek Penelitian .....	42
5.1.2	Sejarah Singkat .....	42
5.2	Hasil Penelitian dan Analisis .....	43
5.2.1	Karakteristik Responden .....	43
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	45
5.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	49
5.2.4	Uji Asumsi Klasik .....	51
5.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
5.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis .....	54
5.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
5.3.1	Pengaruh Siaran Langsung Terhadap Minat Beli .....	56
5.3.2	Pengaruh Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli .....	58
5.3.3	Pengaruh Siaran Langsung dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli .....	59
5.4	Implikasi Hasil Penelitian .....	61
5.4.1	Implikasi Teoritis .....	61
5.4.2	Implikasi Praktis .....	62
5.5	Keterbatasan Penelitian .....	63
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>64</b>
6.1	Kesimpulan .....	64
6.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Situs E-Commerce Kategori Marketplace Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal III Tahun 2023 .....	3
Tabel 1. 2 Empat Platform Live Shopping Paling Digemari Di Indonesia.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	23
Tabel 4. 1 Data Kependudukan Kota Banjarmasin Tahun 2022 .....	30
Tabel 4. 2 Definisi Operasional.....	33
Tabel 4. 3 Penilaian Skala Likert.....	35
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	43
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 5. 4 Interval Skala Likert .....	45
Tabel 5. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Siaran Langsung .....	45
Tabel 5. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Promo Tanggal Kembar .....	47
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli.....	48
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 5. 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 5. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
Tabel 5. 12 Hasil Uji t.....	55
Tabel 5. 13 Hasil Uji F.....	55
Tabel 5. 14 Hasil Uji $R^2$ .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 5. 1 Uji Normalitas dengan P-P Plot .....	52
Gambar 5. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner.....	71
Lampiran 2 : Jawaban Responden Terhadap Kuesioner .....	74
Lampiran 3 : Uji Validitas & Reliabilitas .....	86
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 5 : Analisis Regresi Linier Berganda .....	91
Lampiran 6 : Uji Hipotesis .....	92