



**PENGARUH *LIVE STREAMING*, DISKON, DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
BITTERSWEET BY NAJLA DI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

MARIA EUGINIA YUSTRITAMA 2110111143

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2024**



**PENGARUH *LIVE STREAMING*, DISKON, DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
BITTERSWEET BY NAJLA DI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MARIA EUGINIA YUSTRITAMA 2110111143

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Maria Euginia Y

Nim : 2110111143

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Maria Euginia Y

PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maria Euginia Yustritama
NIM : 2110111143
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Live Streaming*, Diskon, Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla Di Tiktok Shop

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 7 Desember 2024
Yang menyatakan, materai



LEMBAR PENGESAHAN

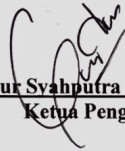
SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING*, DISKON, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BITTERSWEET BY NAJLA DI TIKTOK SHOP

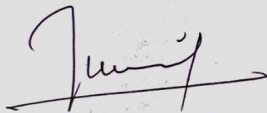
Dipersiapkan dan disusun oleh:

MARIA EUGINIA 2110111143

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



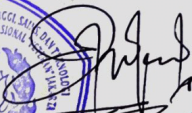
Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M
Penguji I



Diana Triwardhani, SE., M.M., Ph.D
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidavati, SE., MM
Koordinator Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 17 Desember 2024

The Effect of Live Streaming, Discounts, and Free Shipping on Consumer Purchase Intention in Bittersweet By Najla on Tiktok Shop

By Maria Euginia Yustritama

Abstract

Monthly consumption on TikTok social media takes first place with a twofold growth rate. Companies can take advantage of this opportunity to sell an unlimited number of products in the online market, such as live streaming, discounts, and free shipping. This study aims to determine, prove, and analyze the effect of live streaming, discounts, and free shipping on purchasing decisions. This research is a quantitative study that uses primary data sources using purposive sampling method, obtained respondents who are TikTok users in Jakarta City with an age range of 17-28 years and have shopped at TikTok Shop. Data was collected online, distributed using a questionnaire using Google Form. The analysis technique uses the PLS (Partial Least Square) analysis method through the SmartPLS 4 application. The results of this study indicate that live streaming affects purchase intention, discounts affect purchase intentions, and free shipping affects purchase intention.

Keywords: *Discount, Free Shipping, Live Streaming, Purchase Intention*

**Pengaruh *Live Streaming*, Diskon, dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli
Konsumen Bittersweet By Najla di Tiktok Shop**

Oleh Maria Euginia Yustritama

Abstrak

Konsumsi bulanan pada sosial media TikTok menempati posisi pertama dengan tingkat pertumbuhan dua kali lipat. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang ini untuk menjual produk dalam jumlah tak terbatas di pasar online, seperti live streaming, diskon, dan gratis ongkir. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh live streaming, diskon, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan sumber data primer dengan menggunakan metode purposive sampling didapatkan responden yang merupakan pengguna TikTok di Kota Jakarta dengan rentang umur 17-28 tahun dan pernah berbelanja di TikTok Shop. Data dikumpulkan secara online, disebarkan menggunakan kuesioner menggunakan Google Form. Teknik analisis menggunakan metode analisis PLS (Partial Least Square) melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming berpengaruh terhadap minat beli, diskon berpengaruh terhadap minat beli, dan gratis ongkir berpengaruh terhadap minat beli.

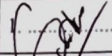
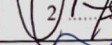
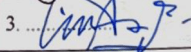
Kata kunci: Diskon, Gratis Ongkir, *Live Streaming*, Minat Beli

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

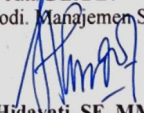
LEMBAR PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

1. NAMA MAHASISWA : Maria Euginia Yustritama
2. NOMOR POKOK MAHASISWA : 2110111143
3. JUDUL SKRIPSI
PENGARUH LIVE STREAMING, DISKON, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BITTERSWEET BY NAJLA DI TIKTOK SHOP
4. PEMBIMBING : Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D
5. UJIAN HARI / TANGGAL : Selasa, 17 Desember 2024

Telah di Perbaiki Sesuai Lembar Perbaikan

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	1. 
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2. 
3	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota II (**)	3. 

Jakarta, 17 Desember 2024
Mengesahkan
A.n DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1


Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, Diskon, dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla di Tiktok Shop” sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Oleh karena itu, penulis akan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos. I., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
4. Ibu Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi 2024-2025.
5. Orangtua, keluarga, dan kerabat penulis yang telah memberikan dukungan, masukan, dan kritik sehingga penyusunan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

Dengan disusunnya skripsi ini, penulis berharap dapat menjadi inspirasi dan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Namun, selama penyusunan skripsi ini, tentunya masih terdapat beberapa kesalahan akibat keterbatasan dalam pengalaman maupun pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari para pembaca agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 2 Oktober 2024

Maria Euginia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II	9
TUJUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran Digital	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Minat Beli	11
2.1.4 <i>Live Streaming</i>	12

2.1.5 Diskon	13
2.1.6 Gratis Ongkir	15
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	16
2.3 Model Penelitian	30
2.3.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap Minat Beli pada pengguna Tiktok.....	30
2.3.2 Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli pada pengguna Tiktok	30
2.3.3 Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Minat Beli pada pengguna Tiktok.....	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1 Definisi Operasional	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.3.3 Pengumpulan Data	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	36
3.4.2 Analisis Data Inferensial	37
3.4.3 Uji Validitas.....	40
3.4.4 Uji Reabilitas	40
3.4.5 Uji R Square (R^2).....	41
3.4.6 Uji Q Square (Q^2).....	41
3.4.7 Uji Hipotesis	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Teknik Analisis Data.....	43
4.1.1 Profil Bittersweet By Najla	43
4.2.1 Deskripsi Responden	44

4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	46
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	56
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	59
4.4 Pembahasan	63
4.4.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla	63
4.4.2 Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla	64
4.4.3 Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla.....	65
BAB V.....	67
SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Pendahuluan.....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	35
Tabel 5. Nilai Interpretasi Responden.....	37
Tabel 6. Koefisien Reliabilitas	41
Tabel 7. Analisis Data Deskriptif terhadap variabel Live Streaming.....	46
Tabel 8. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Live Streaming	47
Tabel 9. Analisis Data Deskriptif terhadap Variabel Diskon.....	49
Tabel 10. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Diskon	49
Tabel 11. Analisis Data Deskriptif terhadap Variabel Gratis Ongkir	51
Tabel 12. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Gratis Ongkir.....	52
Tabel 13. Analisis Data Deskriptif terhadap Variabel Minat Beli	54
Tabel 14. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Minat Beli.....	54
Tabel 15. Nilai Outer Loadings	56
Tabel 16. Nilai AVE	58
Tabel 17. Nilai Composite Reliability.....	58
Tabel 18. Nilai Cronbach's Alpha.....	59
Tabel 19. Nilai R ²	60
Tabel 20. Nilai Q ²	60
Tabel 21. Nilai T-Statistik	61
Tabel 22. Uji Korelasi Tiap Indikator	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia	1
Gambar 2. Usaha Kuliner Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 3. <i>Platform</i> Belanja <i>Online</i> Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan	4
Gambar 4. Diskon pada produk Bittersweet by Najla.....	5
Gambar 5. Model Penelitian	31
Gambar 6. Analisis SmartPLS.....	38
Gambar 7. Varian Produk Bittersweet by Najla	43
Gambar 8. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 9. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 10. Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	45
Gambar 11. Analisis Deskriptif Live Streaming	47
Gambar 12. Analisis Deskriptif Diskon	49
Gambar 13. Analisis Deskriptif Gratis Ongkir.....	52
Gambar 14. Analisis Deskriptif Minat Beli.....	54
Gambar 15. Outer Model	56
Gambar 16. Inner Model	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2. Tabel Karakteristik Responden.....	78
Lampiran 3. Tabel Data Deskriptif.....	79
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner.....	81
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS 4	89
Lampiran 6. Tabel Distribusi Df	91
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	92