

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *LIVE STREAMING*, DAN *ONLINE*  
*CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA PRODUK *FASHION* DI  
*E-COMMERCE SHOPEE*  
(Survei Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kuningan)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh:**

**MUCHAMMAD TIO AZHAR PRATAMA**

**20210510229**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *FASHION* DI *E-COMMERCE SHOPEE***  
(Survei Pada Pengguna Shopee Di Kabupten Kuningan)

Oleh:

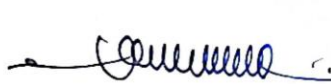
**MUCHAMMAD TIO AZHAR PRATAMA**

**20210510229**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 1 Oktober 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

### Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



**Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.**  
NIK. 41038971055

Penguji II,



**Dr. Hj Lili Karmela F. S.E., M.Si**  
NIK. 41038971054

Penguji III,



**Neng Evi Kartika, S.E., M.M**  
NIK. 41038971054

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *FASHION* DI *E-COMMERCE SHOPEE*  
(Survei Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:

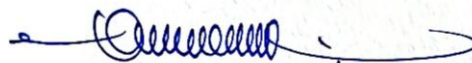
MUCHAMMAD TIO AZHAR PRATAMA

20210510229

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

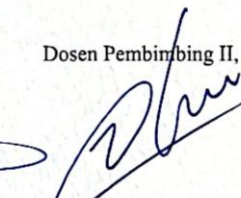
Kuningan,.....Oktober 2025

Dosen Pembimbing I,



Prof. Dr. H Dikdik Hariadi, S.E., M.Si  
NIK. 41038971055

Dosen Pembimbing II,



Micki Watulandi, S.E., M.M  
NIK. 410111830256

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hi Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si  
NIK. 41038971054

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.  
NIK. 41038091296

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

**(QS. AL-Insyrah: 6)**

### **Persembahan**

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah, karena hanya atas izin dan karunia- Nya, maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan do’a dari orang-orang tercinta terutama orangtua saya.

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti, Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya dengan tulus Almamater yang ku banggakan  
**UNIVERSITAS KUNINGAN**

Seluruh sahabat dan teman-teman baikku yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do’a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

**(Muchammad Tio Azhar Pratama)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ *Pengaruh Persepsi Harga, Live Streaming, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Di E-Commerce Shopee (Survei Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan)*”. Beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap bertanggung jawab dan menanggung resiko apapun yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, September 2025



Muchammad Pio Azhar Pratama

NIM: 20210510229

## ABSTRAK

**Muchammad Tio Azhar Pratama (20210510229) Pengaruh Persepsi Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Fashion* Di *E-Commerce Shopee* (Survey Pada Pengguna *Shopee* Di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dibimbing oleh : Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S. E., M. Si dan Micki Watulandi, S.E., M.M**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Fashion* Di *E-Commerce Shopee* (Survey Pada Pengguna *Shopee* di Kabupaten Kuningan). Populasi dalam penelitian ini yaitu Pengguna *Shopee*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *Shopee* di Kabupaten Kuningan dengan jumlah yang tidak diketahui. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 385 responden dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 385 responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Harga, *live streaming*, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Persepsi Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

**Muchammad Tio Azhar Pratama (20210510229) *The Influence of Price Perception, Live Streaming, and Online Customer Reviews on Consumer Purchasing Decisions on Fashion Products in Shopee E-Commerce (Survey on Shopee Users in Kuningan Regency) Management Study Program, Faculty of Economics and Business, supervised by: Prof. Dr. H Dikdik Harjadi, S. E., M. Si dan Micki Watulandi, S.E., M.M***

*The purpose of this study was to determine the influence of Price Perception, Live Streaming, and Online Customer Reviews on Consumer Purchasing Decisions for Fashion Products on Shopee E-Commerce (Survey on Shopee Users in Kuningan Regency). The population in this study was Shopee users. The research method used in this study was a descriptive method with a quantitative approach. The population in this study was Shopee users in Kuningan Regency with an unknown number. The sample used in this study consisted of 385 respondents selected through a probability sampling technique. The type of data used in this study was primary data, obtained by distributing questionnaires to 385 respondents who met the sample criteria. The results of this study indicated that (1) Price Perception, Live Streaming, and Online Customer Reviews had a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Price Perception had a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Live Streaming had a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Online Customer Reviews had a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keyword: Price Perception, Live Streaming, Online Customer Review, and Purchasing Decisions.**

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama ALLAH SWT yang Maha Pengasih lagi Maha penyayang, dengan ini penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran – Nya, yang penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Fashion* di *E-commerce* Shopee” (studi kasus pada pengguna Shopee di Kabupaten Kuningan).

Usulan penelitian ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan yang membangun untuk perbaikan penulisan ini kedepannya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Kuningan, September 2025

**Muchammad Tio Azhar Pratama**

**20210510229**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, atas kemurahan dari Yang Maha Kaya atas segala ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada teladan umat manusia, pembawa risalah menuju cahaya islam, Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, para keluarganya, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqamah dalam sunnahnya hingga akhir jaman.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, dorongan semangat, nasihat, dan bantuan baik secara moral maupun materiil dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teruntuk orang tua saya tercinta terima kasih yang tak terhingga untuk semua yang telah diberikan kepada saya dan setiap waktu mendukung serta mendoakan saya hingga mampu mengantarkan saya ke posisi saat ini. Terima kasih sudah melahirkan merawat dan membesarkan serta selalu memberi kebahagiaan kepada saya. Segala perjuangan ini saya persembahkan pada dua orang yang paling berharga dalam hidup saya yaitu Ibu dan Ayah tercinta.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M. Si selaku pembimbing I dan Rektor Universitas Kuningan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, dorongan, nasihat. dan arahan yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Micki Watulandi, SE., M.M selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu. tenaga, dan pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, memberikan saran, dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
4. Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dari awal perkuliahan sampai semester akhir.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E.. M.E. Sy. selaku kepala Program Studi anajemen yang selalu memberikan seluruh tenaganya untuk kemajuan manajemen.
6. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

7. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang tidak ternilai harganya selama perkuliahan berlangsung.
8. Yang tercinta keluarga saya yang telah mengiringi langkah dalam menuntut ilmu dan menjalani kehidupan ini. Terima kasih yang tak terhingga atas doa, semangat, kasih sayang, pengorbanan dan ketulusannya dalam mendampingi penulis.
9. Untuk seseorang selaku support system saya ucapkan terima kasih atas support, do'a dan motivasinya.
10. Kepada sahabat-sahabat saya. Terima kasih telah menemani masa perkuliahan ini dengan penuh kebahagiaan canda tawa dan support dari kalian, saya persembahkan karya ini untuk kalian, kebersamaan kita akan menjadi salah satu momen yang paling berharga dalam hidup saya karena sudah menjadi bagian penting dari perjalanan ini.
11. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021 terutama kelas manajemen B Terima kasih atas semua dukungan dan kebersamaan selama 3 tahun lebih.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini, terima kasih atas bantuannya.

Akhir kata penulis mengucapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan. Amiin...

Kuningan     September 2025

Muchammad Tio Azhar Pratama

20210510229

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK ..... i

ABSTRACT ..... ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH ..... iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL ..... ix

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Rumusan Masalah ..... 11

1.3 Tujuan Penelitian..... 11

1.4 Manfaat Penelitian..... 12

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS13

2.1 Landasan Teori ..... 13

2.1.1 Manajemen Pemasaran ..... 13

2.1.2 Keputusan Pembelian ..... 14

2.1.3 Persepsi Harga..... 20

2.1.4 *Live Streaming* ..... 22

2.1.5 *Online Customer Review* ..... 24

2.2 Hubungan Antar Variabel ..... 26

2.2.1 Hubungan Persepsi Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* Dengan Keputusan Pembelian ..... 26

2.2.2 Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian..... 27

|                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3 Hubungan <i>Live Streaming</i> Dengan Keputusan pembelian.....         | 27        |
| 2.2.4 Hubungan <i>Online Customer Review</i> Dengan Keputusan Pembelian .... | 27        |
| 2.3 Penelitian Terdahulu.....                                                | 28        |
| 2.4 Kerangka Berpikir .....                                                  | 32        |
| 2.5 Hipotesis.....                                                           | 34        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                       | <b>35</b> |
| 3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....                                    | 35        |
| 3.2 Operasional Variabel.....                                                | 35        |
| 3.2.1 Pengertian Variabel .....                                              | 35        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                                | 36        |
| 3.3.1 Populasi.....                                                          | 36        |
| 3.3.2 Sampel.....                                                            | 36        |
| 3.3.3 Operasional Variabel.....                                              | 37        |
| 3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....                                         | 39        |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data .....                                              | 39        |
| 3.4.1 Jenis Data.....                                                        | 39        |
| 3.4.2 Sumber Data .....                                                      | 39        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                            | 40        |
| 3.6 Uji Instrumen.....                                                       | 40        |
| 3.6.1 Uji Validitas.....                                                     | 41        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                 | 45        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                                               | 48        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif.....                                               | 48        |
| 3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....                                                 | 50        |
| 3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda.....                                       | 52        |
| 3.7.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                              | 52        |
| 3.7.5 Uji Hipotesis.....                                                     | 53        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                     | <b>57</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                                    | 57        |
| 4.1.1 Gambaran Produk <i>Fashion</i> dan Aplikasi Shopee.....                | 57        |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden .....                                          | 58        |

|                                                                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.3 Analisis Deskriptif Responden.....                                                                                                   | 62        |
| 4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                               | 74        |
| 4.1.5 Uji Regresi Linier Berganda.....                                                                                                     | 78        |
| 4.1.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                                                             | 79        |
| 4.1.7 Uji Hipotesis.....                                                                                                                   | 80        |
| 4.2 Pembahasan .....                                                                                                                       | <b>82</b> |
| 4.2.1 Pengaruh Perspsi Harga (X1) <i>Live Streaming</i> (X2) dan <i>Online Customer Review</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... | 82        |
| 4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian.....                                                                       | 82        |
| 4.2.3 Pengaruh Live Streaming (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...                                                                     | 83        |
| 4.2.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....                                                   | 84        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                                    | <b>86</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                                        | <b>86</b> |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                             | <b>87</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                | <b>89</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                           | 28 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....                     | 37 |
| Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Interval .....                     | 40 |
| Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....          | 41 |
| Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Live Streaming.....          | 42 |
| Tabel 3. 5 Uji Validitas variabel Online Customer Review ..... | 43 |
| Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....     | 44 |
| Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....                | 46 |
| Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Live Streaming.....                | 46 |
| Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Online Customer Review .....       | 47 |
| Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....          | 47 |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....           | 59 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....                     | 60 |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....              | 60 |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....               | 61 |
| Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Persepsi Harga .....           | 63 |
| Tabel 4. 6 Deskriptif Live Streaming.....                      | 66 |
| Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Online Customer Review .....   | 69 |
| Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....       | 71 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....                           | 74 |
| Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji Multikolinearitas.....          | 76 |
| Ta36bel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....               | 77 |
| Tabel 4. 12 Persamaan Regresi .....                            | 78 |
| Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi.....                     | 79 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....                        | 80 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Parsial).....                         | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Pengunjung <i>E-Commerce</i> .....                    | 3  |
| Gambar 1. 2 Penjualan Produk Terbanyak.....                       | 4  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....                               | 33 |
| Gambar 4. 1 Kategori Variabel Persepsi Harga.....                 | 65 |
| Gambar 4. 2 Kategori Variabel Live Streaming .....                | 68 |
| Gambar 4. 3 Kategori Variabel <i>Online Customer Review</i> ..... | 71 |
| Gambar 4. 4 Kategori Variabel Keputusan Pembelian .....           | 73 |
| Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....                      | 75 |
| Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....       | 77 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|              |                                                               |
|--------------|---------------------------------------------------------------|
| Lampiran I   | : Surat Pengantar Bimbingan<br>Berita Acara Bimbingan Skripsi |
| Lampiran II  | : Surat Permohonan Pengisian Angket<br>Angket Penelitian      |
| Lampiran III | : Data Hasil Penelitian                                       |
| Lampiran IV  | : Karakteristik Responden                                     |
| Lampiran V   | : Outout Hasil Penelitian SPSS Versi 26                       |
| Lampiran VI  | : Tabel f, t, dan r (Signifikasi 0,05)                        |