

**PENGARUH HARGA, PROMOSI *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA
PEMBELIAN SCARLETT WHITENING**

**(Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok *Shop* pada Mahasiswa di Kabupaten
Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Oleh:

TANTRI PEBRIANTI

NIM : 20210510144



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, PROMOSI *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA PEMBELIAN SCARLETT WHITENING

**(Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok *Shop* pada Mahasiswa
di Kabupaten Kuningan)**

Oleh:

TANTRI PEBRIANTI

20210510144

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 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,


Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Penguji II,


Tatang Rojs, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

Penguji III,


Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH HARGA, PROMOSI *LIVE STREAMING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING
PADA PEMBELIAN SCARLETT WHITENING
(Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok *Shop* Pada Mahasiswa
Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

TANTRI PEBRIANTI
20210510144

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan,..Juli 2025

Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Pembimbing II,



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

Disetujui Oleh :

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Kepala Program Studi Manajemen

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada harga dalam berproses. Nikmati saja lelah – lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk mewujudkan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya dan keluarga saya yang telah memberikan doa dan dukungannya sehingga saya berada di titik saat ini.

Terimakasih untuk sahabat sahabatku semuanya yang telah kebersamai selama menempuh pendidikan di Universitas Kuningan ini.

(Tantri Pebrianti 2025)

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Harga, Promosi Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Scarlett Whitening (Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Mahasiswa 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 sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam, apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, 8 Mei 2025

Penulis,



Tantri Pebrianti

Nim. 2021050144

ABSTRAK

Tantri Pebrianti (20210510144) Pengaruh Harga, Promosi *Live Streaming* Dan *Online Customer Review* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pembelian Scarlett Whitening (Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Pada Mahasiswa Di Kabupaten Kuningan) Pembimbing oleh Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M dan Faishal Rahimi, SE., MM

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi *Live Streaming* Dan *Online Customer Review* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pembelian Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Pada Mahasiswa Di Kabupaten Kuningan) Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi Penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa yang ada di Universitas di Kabupaten Kuningan. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden dengan teknik pengambilan sampel sampling insidental. Yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bila dipandang cocok sebagai sumber data. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada 150 responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga, promosi *live streaming* dan *online customer review* secara simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* (2) Harga berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying*, (3) promosi *live streaming* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, (4) *online customer review* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*

Kata Kunci: Harga, Promosi *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Impulse Buying*

ABSTRACT

Tantri Pebrianti (20210510144) *The Influence of Price, Live Streaming Promotion and Online Customer Review on Impulse Buying Behavior in Purchasing Scarlett Whitening (Case of Tiktok Shop Application Users on Students in Kuningan Regency)* Supervisor by Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M and Faishal Rahimi, SE., MM

The purpose of this study was to determine the Influence of Price, Live Streaming Promotion and Online Customer Review on Impulse Buying Behavior in Purchasing Scarlett Whitening (Case Study of Tiktok Shop Application Users on Students in Kuningan Regency) The research method used in this study is a descriptive and verification method with a quantitative approach. The population of this study is all students at universities in Kuningan Regency. The sample to be used in this study is 150 respondents with an incidental sampling technique. Who by chance met the researcher and if deemed suitable as a data source. The type of data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to 150 respondents who meet the sample criteria. The results of this study indicate that (1) Price, live streaming promotion and online customer review simultaneously affect impulse buying (2) Price has a positif effect on Impulse Buying, (3) live streaming promotion has a positive effect on impulse buying, (4) online customer review has a positive effect on impulse buying

Keywords: Price, Live Streaming Promotion, Online Customer Review and Impulse Buying

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi “Pengaruh Harga, Promosi *Live Streaming* Dan *Online Customer Review* Terhadap Pembelian Scarlett Whitening (Kasus Pengguna Aplikasi Tiktok Shop pada Mahasiswa Di Kabupaten Kuningan)”. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dan pertolongan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kekurangan dan kelainan, serta keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kekurangan serta diharapkan adanya saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua amin.

Kuningan, Mei 2025

Penulis,

Tantri Pebrianti

Nim. 2021050144

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama saya ucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini.

1. Ayah Tercinta Endin Samsudin (Alm) rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang saat mengingat kejadian itu sampai saat inipun masih tidak percaya. Meskipun pada akhirnya harus melewati perjalanan ini tanpa ditemani beliau. Terimakasih untuk selalu mengajarkan tetap kuat dan sabar. Rasa rindu yang tak tersampaikan pelukan yang tak ada balasan sering membuat saya terjatuh tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang ayah berikan.
2. Secara khusus kepada Ibunda tercinta Titi Supriati perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga sekaligus menjalankan dua peran orang tua bagi anak-anaknya. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan selalu berjuang supaya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada pada saat posisi ini. Atas segala doa dan pengorbanannya hingga mampu mengantarkan saya ke posisi saat ini.
3. Bapak Dr. Dadang Suhardi S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk Membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Faishal Rahimi S.E., M.M selalu dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Dede Djuniardi S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dari awal perkuliahan sampai semester akhir.
6. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku kepala program studi manajemen yang selalu memberikan seluruh tenaganya untuk kemajuan manajemen.
7. Ibu Dr. H. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si, selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis.

8. Bapak Prof Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Kepada Keluarga besarku yang selalu memberikan semangat dan dukungannya baik moril maupun material.
10. Kepada Ilan Maulana terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, sudah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, walaupun jauh tetapi selalu meluangkan waktu, maupun materi kepada penulis.
11. Iyos Prihatini dan Intan Lestari, yang selalu ada di setiap langkah, memberikan semangat, tawa, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
12. Karya sederhana ini aku persembahkan untuk sahabat-sahabatku, Mak Bapuk Salsa, Audy, Nadila, Azzam, dan Ruli. Terima kasih atas semangat, doa, dan tawa yang selalu kalian hadirkan. Kebersamaan kita adalah bagian penting dari perjalanan ini, yang akan selalu aku kenang dengan hangat.
13. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang tidak ternilai harganya selama perkuliahan berlangsung.
14. Kepada Tantri Pebrianti diri saya sendiri. Apresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri. Tetaplah jad manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

Kuningan, Mei 2025

Penulis,

Tantri Pebrianti
Nim. 2021050144

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
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
1.4.1 manfaat teoritis	12
1.4.2 manfaat praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	15
2.1.4 Harga	20
2.1.5 Promosi <i>Live Streaming</i>	25
2.1.6 <i>Online Customer Review</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel	34
2.4 Kerangka Pemikiran	36

2.5 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1 Jenis Data	43
3.4.2 Sumber Data	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Uji Instrumen.....	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Realibilitas.....	46
3.7 Metode Analisis Data	47
3.7.1 Analisa Deskriptif.....	47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3 Uji Persyaratan Statisik	50
3.7.4 Analisis Regresi Berganda	51
3.7.5 Koefisien Determinasi	51
3.7.6 Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Produk Scarlett Dan Tiktok Shop	54
4.1.2 Karakteristik Responden	56
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.1.5 Hasil Analisa Data.....	70
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Pagaruh Harga Promosi <i>Live Streaming</i> Dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	74

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap <i>Impulse Buying</i>	75
4.2.3 Pengaruh Promosi <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	77
4.2.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Scarlett Whitening	6
Tabel 1.3 Pra survey Terhadap Responden	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Angket	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas Angket	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk.....	57
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Harga.....	58
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Promosi Live Streaming.....	60
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Online Ccustomer Review	62
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Impulse Buying.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastiditas	69
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien determinasi	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis parsial.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna internet di Indonesia	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3.1 Skala Pengukuran <i>Semantic Deffrensial</i>	43
Gambar 4.1 Varian Poduk Scarlett Whitening	55
Gambar 4.2 Kedudukan Variabel X1 Dalam Kontimun	60
Gambar 4.3 Kedudukan Variabel X2 Dalam Kontimun	62
Gambar 4.4 Kedudukan Variabel X3 Dalam Kontimun	64
Gambar 4.5 Kedudukan Variabel Y Dalam Kontimun	66