

**PENGARUH KREDIBILITAS *HOST*, INTERAKTIVITAS *LIVE*
STREAMING DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PLATFORM LAZADA LIVE*
(Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

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

Oleh :

BAYU PERMANA PUTRA

NIM. 20220510176



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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KREDIBILITAS *HOST*, INTERAKTIVITAS *LIVE* *STREAMING* DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *PLATFORM LAZADA LIVE*

(Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

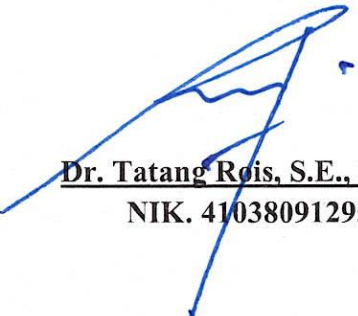
Oleh

BAYU PERMANA PUTRA
20220510176

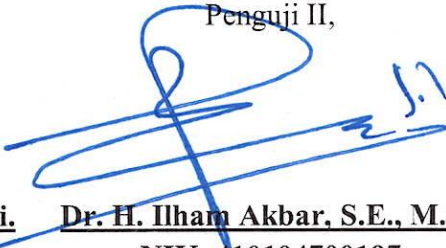
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,


Dr. Tatang Rois, S.E., M. Si.
NIK. 41038091295

Penguji II,


Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.
NIK. 410104700197

Penguji III,


Neng Evi Kartika, S.E., M.M.
NIK. 410108920248

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KREDIBILITAS *HOST*, INTERAKTIVITAS *LIVE*
STREAMING DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *PLATFORM LAZADA LIVE*
(Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)**

Oleh :

BAYU PERMANA PUTRA
20220510176

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING:

Kuningan, Juni 2026

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Neng Evi Kartika, S.E., M.M.
NIK. 410108920248

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kredibilitas Host, Interaktivitas Live Streaming dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Lazada Live (Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi 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, Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Bayu Permana Putra
20220510176

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mulah engkau berharap."

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

"Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri"

(Baskara Putra)

"Kesuksesan bukanlah milik mereka yang tidak pernah gagal, tetapi milik mereka yang tetap bangkit, belajar, dan terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan."

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dengan rasa bahagia, karya sederhana yang penulis buat, dengan penuh percaya diri penulis persembahkan untuk kedua orangtua. Karya ini sebagai tanda bukti, hormat dan terimakasih yang tidak terhingga, yang senantiasa memberikan do'a, dukungan dan limpahan kasih sayang yang tidak bisa di ukur pakai apapun. Penulis pikir tidak akan sampai ada di tahap ini dan tidak terbesit sedikitpun penulis akan menyandang gelar sarjana yang diimpikan oleh kedua orang tua tercinta, alhamdulillah atas segala pengorbanan ayah ibu, ternyata anak sulung kalian bisa melewati semuanya, terimakasih atas semua harapan dan kepercayaan ayah ibu buat penulis.

ABSTRAK

Bayu Permana Putra. 20220510176. “Pengaruh Kredibilitas Host, Interaktivitas Live Streaming dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Lazada Live (Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)”. Dibimbing oleh: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan Neng Evi Kartika, S.E., M.M

Penelitian ini merupakan hasil analisis terkait pengaruh kredibilitas *host*, interaktivitas *live streaming* dan daya tarik promosi terhadap keputusan pembelian pada *platform lazada live* pada generasi Z di kabupaten kuningan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Kuningan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode hair dengan jumlah responden sebanyak 160 orang. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *host*, interaktivitas *live streaming* dan daya tarik promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *platform lazada live* pada generasi Z di Kabupaten Kuningan.

Kata Kunci: kredibilitas *host*, interaktivitas *live streaming*, daya tarik promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Bayu Permana Putra. 20220510176. "The Influence of Host Credibility, Live Streaming Interactivity, and Promotional Appeal on Purchase Decisions on the Lazada Live Platform (Survey of Generation Z in Kuningan Regency)." Supervised by: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., and Neng Evi Kartika, S.E., M.M.

This study is the result of an analysis related to the influence of host credibility, live streaming interactivity and promotional appeal on purchasing decisions on the Lazada Live platform among Generation Z in Kuningan Regency. This study uses a quantitative method with a descriptive and verification approach. The data collection technique was carried out through the distribution of questionnaires with a survey method. The population in this study was Generation Z in Kuningan Regency. The sampling technique used the hair method with a total of 160 respondents. Data analysis was carried out using SPSS. The results showed that host credibility, live streaming interactivity and promotional appeal had a positive and significant effect on purchasing decisions on the Lazada Live platform among Generation Z in Kuningan Regency.

Keywords: *host credibility, live streaming interactivity, promotional appeal, purchase decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Kredibilitas *Host*, Interaktivitas *Live Streaming*, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Platform Lazada Live* ". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan.**

Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing 1 skripsi dan Neng Evi Kartika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Penulis sangat berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Kuningan, Juli 2026

Penulis,

Bayu Permana Putra
20220510176

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen)	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	16
2.1.4 Kredibilitas <i>Host</i>	22
2.1.5 Interaktivitas <i>Live Streaming</i>	26
2.1.6 Daya Tarik Promosi	31
2.2 Hubungan Antar Variabel	35
2.3 Penelitian Terdahulu	39
2.4 Kerangka Berpikir	45
2.5 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Metode Penelitian.....	49

3.2 Operasional Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.3.1 Populasi Penelitian	55
3.3.2 Sampel Penelitian	55
3.4 Jenis dan Sumber Data	57
3.4.1 Jenis Data	57
3.4.2 Sumber Data.....	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Uji Instrumen	60
3.6.1 Uji Validitas.....	60
3.6.2 Uji Reliabilitas	63
3.7 Teknik Analisis Data	65
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	66
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	67
3.7.2.1 Uji Normalitas	67
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	68
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	69
3.7.5 Pengujian Hipotesis	69
3.7.5.1 Uji F (Uji Simultan).....	69
3.7.5.2 Uji t	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	72
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir	77
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	80
4.1.3.1 Analisis Deskriptif.....	80
a. Analisis Deskriptif Kredibilitas <i>Host</i> (X1).....	80
b. Analisis Deskriptif Interaktivitas <i>live streaming</i> (X2).....	83

c. Analisis Deskriptif Daya Tarik Promosi (X3)	85
d. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	88
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	90
a. Uji Normalitas	90
b. Uji Multikolinearitas	91
c. Uji Heterokedastisitas	92
4.1.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	94
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi	96
4.1.6 Uji Hipotesis	97
4.1.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	97
4.1.6.2 Uji t (Uji Parsial)	98
4.2 Pembahasan	100
4.2.1 Pengaruh Kredibilitas Host, Interaktivitas <i>Live Streaming</i> dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	101
4.2.2 Pengaruh Kredibilitas <i>Host</i> Terhadap Keputusan Pembelian	103
4.2.3 Pengaruh Interaktivitas <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.2.4 Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-survey Generasi Z di Kabupaten Kuningan.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Rentang Nilai.....	59
Tabel 3.3 Uji Validitasi Kredibilitas Host (X1)	61
Tabel 3.4 Uji Validitasi Interaktivitas <i>Live Streaming</i> (X2).....	61
Tabel 3.5 Uji Validitasi Daya Tarik Promosi (X3).....	62
Tabel 3.6 Uji Validitasi Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir	77
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kredibilitas <i>Host</i> (X1).....	80
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Interaktivitas <i>Live Streaming</i> (X2)	83
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Daya Tarik Promosi (X3).....	85
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	95
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	97
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Uji Parsial)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Ke <i>Platform</i> Belanja di Indonesia	3
Gambar 1.2 Aplikasi <i>Live Commerce</i> yang Digunakan Konsumen Indonesia	4
Gambar 1.3 Pangsa Pasar <i>Live-Commerce</i>	5
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	47
Gambar 4.1 Deskriptif Variabel Kredibilitas Host (X1)	82
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel Interaktivitas <i>Live Streaming</i> (X2).....	85
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel Daya Tarik Promosi (X3).....	87
Gambar 4.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	90
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Hasil Output Perhitungan SPSS Versi 25
- Lampiran V : Tabel r
Tabel F
Tabel t
- Lampiran VI : Riwayat Hidup