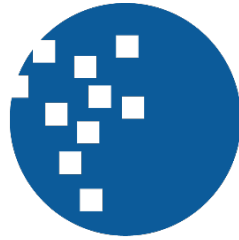


PENGARUH *LIVE STREAMER INTERACTION*, *LIVE STREAMER PROFESSIONALISM* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *LIVE STREAMING SHOPPING* PRODUK SOMETHINC DI PLATFORM TIKTOK



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Alif Ariel Ramadhan

00000065046

PROGRAM STUDI MANAGEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

PENGARUH *LIVE STREAMER INTERACTION*, *LIVE STREAMER PROFESSIONALISM* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *LIVE STREAMING SHOPPING* PRODUK SOMETHINC DI PLATFORM TIKTOK



Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Alif Ariel Ramadhan

00000065046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Name : Alif Ariel Ramadhan

Student Number : 00000065046

Study Program : Management

Skripsi dengan judul :

“pengaruh live streamer interaction, live streamer professionalism dan price discount terhadap purchase intention pada live streaming shopping produk something di platform tiktok”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh

Tangerang, 3 Juli 2025



Alif Ariel Ramadhan

HALAMAN PERSETUJUAN

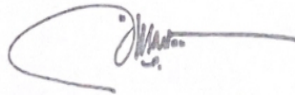
Skripsi dengan judul :

“pengaruh live streamer interaction, live streamer professionalism dan price discount terhadap purchase intention pada live streaming shopping produk sometinc di platform tiktok”

Nama : Alif Ariel Ramadhan
NIM 00000065046
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 10 Juni 2025

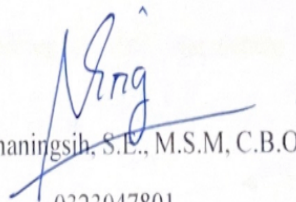
Pembimbing



Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M, C.B.O

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

“pengaruh live streamer interaction, live streamer professionalism dan price discount terhadap purchase intention pada live streaming shopping produk something di platform tiktok”

Oleh

Nama : Alif Ariel Ramdhan
NIM : 00000065046
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

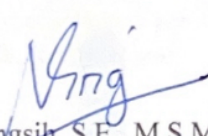
Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan

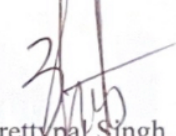
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

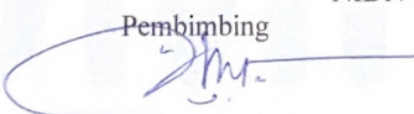
Ketua sidang

Penguji

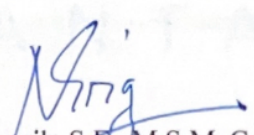

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN : 0323047801


Dr. Rajesh Preetpal Singh, S.S., M.M
NIDN : 0430107605

Pembimbing


Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.
NIDN : 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN : 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alif Ariel Ramadhan

NIM : 00000065046

Program studi : Manajemen

Jenjang : S1

Dengan skripsi berjudul :

“Pengaruh Live Streamer Interaction, Live Streamer Professionalism dan Price Discount terhadap Purchase Intention pada live streaming produk Somethinc di platform TikTok”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

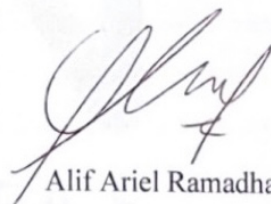
☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) .

☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 3 Juli 2025



Alif Ariel Ramadhan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul “ pengaruh live streamer interaction, live streamer professionalism dan price discount terhadap purchase intention pada live streaming shopping produk somethinc di platform tiktok ”.Penulisan karya ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Tentunya dengan bantuan serta bimbingan dari banyak pihak yang membantu saya menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko. M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesaikan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua saya bapak Adam Shafei dan ibu Retno Argianti, yang telah memberikan doa, bimbingan, arahan dan dukungan berupa material maupun moral serta selalu menjadi penyemangat dan penuntun sehingga tugas akhir ini dapat saya selesaikan.
6. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bella Tabitha Deninda yang selalu setia mendukung, menyemangati, dan sabar menghadapi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan kecil tapi berarti itu jadi energi tambahan yang nggak tergantikan.

7. Semua Teman-teman seperjuangan, sahabat, dan semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi, dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian

sebagai penutup, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih untuk semua pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat, setidaknya memberi sedikit gambaran atau inspirasi bagi siapa pun yang membacanya. Penulis juga terbuka banget kalau ada masukan atau kritik yang membangun. Terima kasih buat semua yang sudah mendukung proses panjang ini. Semoga hasilnya bisa menjadi langkah awal untuk hal-hal baik ke depannya

Tangerang, 3 Juli 2025



Alif Ariel Ramadhan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *LIVE STREAMER INTERACTION*, *LIVE STREAMER PROFESSIONALISM* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *LIVE STREAMING SHOPPING* PRODUK SOMETHINC DI PLATFORM TIKTOK

Alif Ariel Ramadhan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku konsumen dalam berbelanja, salah satunya melalui fenomena *live streaming shopping* yang semakin populer di platform TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streamer interaction*, *live streamer professionalism*, dan *price discount terhadap purchase intention* (niat beli) konsumen pada produk Somethinc dalam konteks *live streaming shopping*. Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah mengikuti sesi live streaming produk Somethinc di TikTok. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SPSS dengan teknik uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen—interaksi dengan *live streamer*, *profesionalisme live streamer*, dan diskon harga—berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *purchase intention*. Secara parsial, *live streamer professionalism* dan *price discount* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan *live streamer interaction*. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku bisnis dan brand kecantikan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif melalui fitur live streaming.

Kata kunci: *live streamer interaction*, *live streamer professionalism*, *price discount*, *purchase intention*, TikTok.

THE EFFECT OF LIVE STREAMER INTERACTION, LIVE STREAMER PROFESSIONALISM AND PRICE DISCOUNT ON PURCHASE INTENTION ON LIVE STREAMING SHOPPING OF SOMETHINC PRODUCTS ON THE TIKTOK PLATFORM

Alif Ariel Ramadhan

ABSTRACT

The development of digital technology has changed consumer behavior patterns in shopping, one of which is through the increasingly popular live streaming shopping phenomenon on the TikTok platform. This study aims to analyze the influence of live streamer interaction, live streamer professionalism, and price discounts on consumer purchase intention on Somethinc products in the context of live streaming shopping. This research approach is quantitative using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who have participated in the Somethinc product live streaming session on TikTok. The data obtained were analyzed using SPSS with validity, reliability, multiple linear regression, and hypothesis testing techniques (t-test and F-test). The results of the study show that the three independent variables—interaction with live streamers, live streamer professionalism, and price discounts—have a significant effect simultaneously on purchase intention. Partially, live streamer professionalism and price discounts have a stronger influence than live streamer interaction. These findings provide strategic implications for business actors and beauty brands in designing more effective marketing strategies through the live streaming feature.

Keywords: *live streamer interaction, live streamer professionalism, price discount, purchase intention, Tiktok.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ...	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Model Penelitian.....	25
2.4 Hipotesis	27
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30

3.2	Desain Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.4	Definisi Operasional Variabel	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Instrument Penelitian.....	46
3.7	Analisis Data	47
BAB IV		
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Karakteristik Responden	54
4.2	Hasil Analisis Data	59
4.3	Pembahasan	74
4.4	Implikasi Manajerial	84
BAB V		
PENUTUP		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Live Shopping Terpopuler di Indonesia, 2024	1
Gambar 1. 2 Brand Somethinc menjadi peringkat pertama dalam periode April- Juni 2022.	3
Gambar 1. 3 Data penurunan penjualan somethinc setelah periode 2022 awal	3
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 3.1 Logo Somethinc.....	30



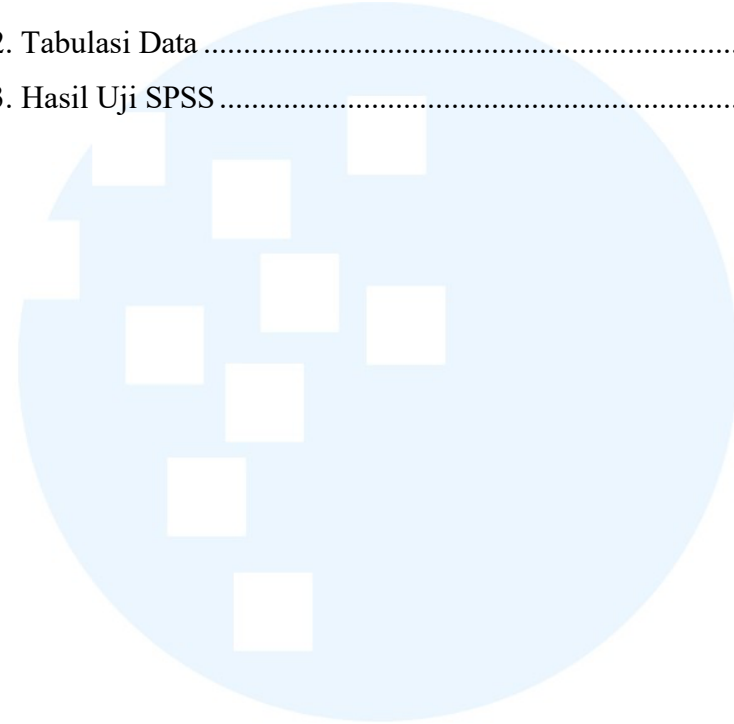
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2 Instrumen Kuisisioner Penelitian	42
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	58
Tabel 4.6 Kategori Penelitian Interval	59
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Tiap Item Pernyataan dalam Kuesioner	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas pada Variabel Live Streamer Interaction (X1)	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas pada Variabel Live Streamer Interaction (X2)	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas pada Variabel Live Streamer Interaction (X3)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas pada Variabel Live Streamer Interaction (Y)	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji F	73

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2. Tabulasi Data	103
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS	104



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA