

PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA DI SHOPEE

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

ELISA MARDIANI PUTRI

1122000108

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA DI SHOPEE

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

ELISA MARDIANI PUTRI

1122000108

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

i

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Elisa Mardiani Putri
NIM : 1122000108
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi : Administrasi Niaga
Judul : Pengaruh *Live Streaming* Dan *Brand Image* Terhadap Perilaku
Impulsive Buying Pada Pembelian Bittersweet By Najla Di Shopee

Surabaya, 20 Juni 2024

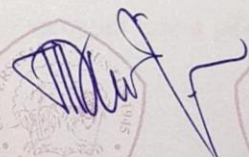
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

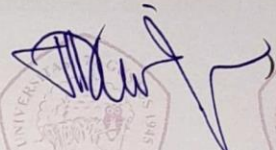
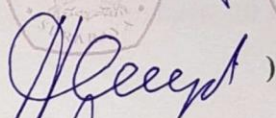
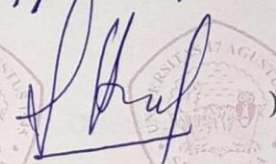

Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
NPP. 20120.85.0032

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga pada tanggal 13 Juni 2024 :

Dewan Penguji :

1. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
Ketua
2. Drs. Agung Pujiyanto, M.M.
Anggota
3. Dra. Sri Andayani, M.M.
Anggota

()
()
()

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Drs. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Elisa Mardiani Putri

NIM : 1122000108

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming* Dan *Brand Image* Terhadap
Perilaku *Impulsive Buying* Pada Pembelian Bittersweet By
Najla Di Shopee

Menyatakan :

1. Skripsi yang saya buat benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademi tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh tanpa paksaan orang lain dan atas kesadaran penuh.

Surabaya, 20 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Elisa Mardiani Putri



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elisa Mardiani Putri
NBI : 1122000108
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh *Live Streaming* Dan *Brand Image* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Pembelian Bittersweet By Najla Di Shopee”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 20 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Elisa Mardiani Putri

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai, khususnya orang tua saya terimakasih atas segala materi yang telah diberikan, sehingga saya dapat melanjutkan menempuh pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi. Serta terimakasih kepada almamater tercinta, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu dan juga pengetahuan yang selama ini tidak pernah saya dapatkan. Penulis percaya untuk segala sesuatu yang terjaga akan dipertemukan dengan yang terjaga, terimakasih seseorang yang menjadi motivasi penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

MOTTO

“Tetaplah hidup karena hari esok sangat indah, tetaplah hidup demi menunggu musim hujan selanjutnya, tetaplah hidup dengan bahagia, tersenyum cerah dan tebarkan kebahagiaan untuk orang terdekat kita”

(Elisa)

“Hidup itu tanpa syarat, kamu tidak perlu tahu apa-apa tentang itu. Jika kamu tahu apa yang akan terjadi kedepannya itu bukan kehidupan”

(Kim Junkyu)

“Kamu boleh menangis tapi tidak untuk menyerah”

(Jeon Jungkook)

ABSTRAK

Di masa globalisasi ini banyak orang yang menyukai makanan manis. Salah satu makanan yang sangat digemari oleh generasi milenial sekarang adalah *dessert*. Bittersweet By Najla adalah objek penelitian ini. Selama ini yang kita tahu bahwa *dessert* selalu disajikan dipiring namun Najla Farid Bisyr mencoba inovasi membuat *dessert box* yang dapat dimakan langsung ditempatnya dan bisa praktis dibawa kemana saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *live streaming* dan *brand image* terhadap perilaku *impulsive buying*. Penelitian kuantitatif dipilih untuk menjadi jenis penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang telah membeli produk Bittersweet By Najla. Dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 100 responden menggunakan kuesioner dengan teknik *non-probability purpose sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk melihat pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi (R^2). Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming* dan *Brand Image* berdampak pada *Impulsive Buying*. Oleh karena itu, *live streaming* dan *brand image* bersamaan memiliki dampak terhadap *impulsive buying*. Diharapkan bagi pihak Bittersweet By Najla mempertahankan bagaimana cara *brand image* dikenal oleh masyarakat luas, dan meningkatkan cara agar *brand image* Bittersweet By Najla dapat memunculkan kesetiaan dan memberikan kesadaran pada konsumen.

Kata Kunci : *Live Streaming, Brand Image, Impulsive Buying*

ABSTRACT

In this era of globalization, many people like sweet foods. One of the foods that is very popular with the millennial generation now is dessert. Bittersweet By Najla is the object of this research. So far, we know that dessert is always served on a plate, but Najla Farid Bisyr is trying to innovate by making a dessert box that can be eaten directly on the spot and can be practically taken anywhere. This research aims to determine and analyze the influence of live streaming and brand image on impulsive buying behavior. Quantitative research was chosen to be this type of research. The population in this study are all people who have purchased Bittersweet By Najla products. In this research, a sample of 100 respondents was obtained using a questionnaire with a non-probability purpose sampling technique. The data obtained was then analyzed using the multiple linear regression method to see the influence between the independent variables and the dependent variable. Data analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and coefficient of determination (R^2) tests. Research findings show that Live Streaming and Brand Image have an impact on Impulsive Buying. Therefore, live streaming and brand image together have an impact on impulsive buying. It is hoped that Bittersweet By Najla will maintain the way the brand image is known to the wider community, and improve the way the Bittersweet By Najla brand image can generate loyalty and provide awareness to consumers.

Keywords: *Live Streaming, Brand Image, Impulsive Buying*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Live Streaming Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pembelian Bittersweet By Najla Di Shopee”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT, karena diberi kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi hingga diberikan kemudahan dan kelancaran.
2. Orang tua saya tercinta, terutama ibu saya Lilik Firdalisa dan ayah saya Sumardi yang telah memberikan doa, dukungan baik secara moral dan materil. Serta adik saya Surya Firdaus Putra yang telah banyak membantu dan mendukung selama proses perkuliahan saya.
3. Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. selaku pembimbing I dan Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M. selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
6. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan pembelajaran serta ilmunya dari saya semester 1 hingga saat ini.
7. Teman baik saya di perkuliahan Nadi, Vina, Aisyah yang telah menemani saya menjadi mahasiswa Untag, membantu semasa kuliah serta memberikan support kepada saya.
8. Sahabat SMA saya Gladys yang selalu mendengarkan keluh kesah, selalu ada setiap saya butuh, memberikan dorongan dan semangat kepada saya.

9. Sahabat SMP saya Erina, Tiara, Velin, dan Sefanya yang selalu menghibur saya, memberikan semangat dan keyakinan bahwa saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita dipertemukan dalam kesuksesan.
10. Kepada BTS dan Treasure terutama Jeon Jungkook dan Kim Junkyu yang telah menjadi penyemangat dan memberikan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh responden yang telah bersedia sebagai sampel dalam penelitian tugas akhir skripsi ini.
12. Elisa Mardiani Putri, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya, 4 Juni 2024

Elisa Mardiani Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Marketing Mix.....	14
2.2.2 Live Streaming	16
2.2.3 Brand Image	18
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.5 Impulsive Buying	24
2.3 Definisi Konsep	26
2.4 Definisi Operasional	27
2.5 Kerangka Pemikiran	28
2.6 Pola Hubungan Antar Variabel.....	29
2.7 Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	33
3.3.1 Skala Pengukuran	33
3.3.2 Instrumen Penelitian	34
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	35
3.4.1 Jenis Data.....	35
3.4.2 Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.6.3 Uji Hipotesis	38
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Penyajian	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden.....	44
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2.2 Berdasarkan Usia	45
4.1.3 Uji Instrumen	46
4.1.3.1 Uji Validitas.....	46
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.2 Tabulasi Data	48
4.2.1 Tabulasi Data Variabel Live Streaming.....	48
4.2.2 Tabulasi Data Variabel Brand Image.....	51
4.2.3 Tabulasi Data Variabel Impulsive Buying.....	54
4.2.4 Tabulasi Sikap Variabel Live Streaming.....	56
4.2.5 Tabulasi Sikap Variabel Brand Image	58
4.2.6 Tabulasi Sikap Variabel Impulsive Buying	60
4.3 Analisis Data	61
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.1.1 Uji Normalitas	61
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	64

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.3.1.4 Uji Linier	66
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.3.3 Uji Hipotesis	69
4.3.3.1 Uji t (Parsial)	69
4.3.3.2 Uji F (Simultan).....	71
4.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.4 Pembahasan.....	72
4.4.1 Pengaruh Variabel Live Streaming.....	72
4.4.2 Pengaruh Variabel Brand Image.....	73
4.4.3 Pengaruh Variabel Impulsive Buying.....	73
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Rekomendasi	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Platfrom <i>Live Streaming</i>	1
Gambar 1.2 Warga Mengonsumsi Makanan dan Minuman manis	3
Gambar 1.3 Produk Dessert Box.....	4
Gambar 1.4 <i>Live Streaming</i> Bittersweet by Najla	5
Gambar 1.5 Proporsi Usaha menurut barang dan jasa	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
Gambar 4.2 Logo Bittersweet By Najla	42
Gambar 4.3 Dessert Box Layer	42
Gambar 4.4 Snacktok	43
Gambar 4.5 Browbox	43
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk	46
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas Model Histogram.....	62
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Model P-Plot	62
Gambar 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	27
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	33
Tabel 3.2 Interval Rata-Rata Skor	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk	46
Tabel 4.3 Uji Validitas	47
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.5 Tabulasi Live Streaming	48
Tabel 4.6 Tabulasi Brand Image	51
Tabel 4.7 Tabulasi Impulsive Buying	54
Tabel 4.8 Hasil Nilai Mean Live Streaming.....	56
Tabel 4.9 Hasil Nilai Mean Brand Image.....	58
Tabel 4.10 Hasil Nilai Mean Impulsive Buying	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.13 Uji Linier Live Streaming	66
Tabel 4.14 Uji Linier Brand Image	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier	68
Tabel 4.16 Hasil Uji t	69
Tabel 4.17 Hasil Uji F	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien (R^2)	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Uji Instrumen.....	87
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 4 Uji Regresi Linier Berganda	92
Lampiran 5 Uji Hipotesis	93
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	94
Lampiran 7 Lembar Revisi.....	96
Lampiran 8 Surat Keterangan Hasil Turnitin	99
Lampiran 9 Hasil Turnitin Jurnal	100