



**UNIVERSITAS PGRI  
ADIBUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*,  
Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Pengguna  
Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya**

**Bima Prasetyo  
191500020**

**Dosen Pembimbing  
Dra. Ch. Menuk Sri Handayani, S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2023**

**PENGARUH *LIVE STREAMING VIDEO PROMOTION*,  
HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENGGUNA SHOPEE  
DI KELURAHAN GAYUNGAN SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**Bima Prasetyo  
191500020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADIBUANA SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*, Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee Di Kelurahan Gayungan Surabaya

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Bima Prasetyo

b. Nim : 191500020

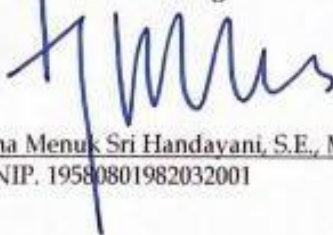
c. Progam Studi : Manajemen

d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah di setujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk di uji:

Tanggal : 13 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M  
NIP. 19580801982032001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bima Prasetyo  
NIM : 191500020  
Program Studi : Manajemen  
Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul: “Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat original.

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 28 Februari 2023

Penulis,



Bima Prasetyo

191500020

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Harga Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya.

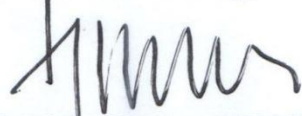
### Identitas Mahasiswa

Nama : Bima Prasetyo  
NIM : 191500020  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya  
Alamat Email : [bimaprasetiyo11@gmail.com](mailto:bimaprasetiyo11@gmail.com)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
  
Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M  
NPP.1109598/DY

Surabaya, 11 April 2023

Dosen Pembimbing,



Dra. Ch. Menuk Sri Handayani, S.E., M.M

NIP.195808081982032001

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Forry Susilo Wilsoyo, S.E., M.Pd., M.SM  
NPR.0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Bima Prasetyo  
NIM : 191500020  
Judul skripsi : Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya  
Hari : Kamis  
Tanggal : 6 April  
Tahun : 2023

Penguji I

  
Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si  
NPP.0603512/DY

Penguji II

  
Bisma Arianto, S.E., M.M  
NPP.1302663/DY

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun, penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si. sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Ibu Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.

6. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa terhadap penulis sampai penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Ibu Pramudita Yustiani, S.T. selaku Lurah Kelurahan Gayungan dan Bapak Mudjianto selaku RW 01 Kelurahan Gayungan
8. Seluruh teman-teman manajemen D 2019 yang telah menemani selama di perkuliahan.
9. Dan dua partner saya yakni Maftukhatul Faizah dan Kukuh Prahesti yang telah banyak memberi masukan selama proses menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 17 Februari 2023

Penulis



## MOTTO

“Jangan pernah bertaruh pada hal yang tidak Kamu yakini.”

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi gaya hidup manusia. Sejalan dengan hal itu, kebutuhan manusia menjadi semakin beragam. Para penyedia barang dan jasa berlomba-lomba untuk menjadi yang paling unggul demi memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu mereka terus berinovasi baik dari segi produk maupun pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *live*

*streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 105 responden teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data penelitian didapatkan dari jawaban responden pada kuesioner dengan menggunakan skala likert sebagai parameter. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi liner berganda yang sebelumnya dilakukan uji persyaratan yakni uji instrumen dan uji asumsi klasik. Dari hasil Uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya. Sedangkan hasil Uji F menunjukkan hasil bahwa *live streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya.

Kata kunci: Harga Produk, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *Live Streaming Video Promotion*.

## **ABSTRACT**

*Technology developments have greatly influenced human lifestyles. Accordingly, human needs are becoming increasingly diverse. Product and service providers are competing to be the most superior in order to meet consumer needs. So they continue to innovate both in terms of products and marketing. This study aims to analyze the effect of live streaming video promotion, product prices, and product quality on product purchasing decisions of Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya. The sample in this study amounted to 105 respondents using a non-probability sampling technique using purposive sampling method. The research data was obtained from the respondents' answers to the questionnaire using the Likert scale as a parameter. Data analysis technique used in this research is the multiple linear regression analysis, the data was analyzed before by instrument test and classical assumption test. From the result of the t test in this research, it shows that live streaming video promotion, product prices, and product quality partially influence purchasing decisions for Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya. While the result of the F test shows that live streaming video promotion, product prices, and product quality simultaneously influence purchasing decisions for Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya.*

*Keywords: Live Streaming Video Promotion, Product Prices, Product Purchasing Decisions, Product Quality.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
PENGARUH <i>LIVE STREAMING VIDEO PROMOTION</i> , HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENGGUNA SHOPEE DI KELURAHAN GAYUNGAN SURABAYA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	7
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	14
2.2.1 Pemasaran.....	14
2.2.2 Promosi.....	18
2.2.3 <i>Live Streaming Video Promotion</i> .....	22
2.2.4 Harga Produk.....	27

2.2.5	Kualitas Produk.....	31
2.2.6	Keputusan Pembelian.....	36
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Konseptual .....</b>	<b>40</b>
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis.....</b>	<b>41</b>
2.4.1	<i>Live Streaming Video Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.2	Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.3	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.4	<i>Live Streaming Video Promotion</i> , Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	43
<b>BAB III</b>	.....	<b>45</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	45
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi Penelitian.....	46
3.2.2	Sampel Penelitian.....	47
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1	Jenis Data.....	47
3.3.2	Sumber Data.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Pengumpulan Data.....	48
3.4.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	49
3.4.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	51
3.5.1	Variabel Penelitian.....	51
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.6	Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1	Uji Instrumen.....	54
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi( $R^2$ ).....	58

3.6.5 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV .....	61
4.1. Gambaran Umum.....	61
4.2 Deskripsi Penelitian.....	62
4.2.1 Karakteristik Responden .....	62
4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	65
4.3 Analisis Data Penelitian.....	73
4.3.1 Analisis Data.....	73
4.3.2 Pengujian Instrumen .....	77
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	80
4.3.4 Analisi Regresi Linier Berganda.....	84
4.3.5 KoefisienDeterminasi ( $R^2$ ) .....	86
4.3.6 Pengujian Hipotesis .....	87
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.4.1 Pengaruh <i>Live Streaming Video Promotion</i> ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	90
4.4.2 Pengaruh Harga Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	91
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	92
4.4.4 Pengaruh <i>Live Streaming Video Promotion</i> ( $X_1$ ), Harga Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	92
BAB V .....	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
3.1 Instrumen Menggunakan Skala Likert.....	49
3.2 Dasar Pengambilan Keputusan DW test.....	57
4. 1 Jumlah Paket dengan Tujuan Wilayah Gayungan per Hari	62
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Live Streaming Video Promotion</i> .....	66
4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga Produk.....	68
4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	70
4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	72
4. 9 Rekapitulasi Data Penelitian Variabel X dan Y.....	73
4. 10 Uji Validitas .....	78
4. 11 Uji Reliabilitas .....	79
4. 12 Uji Normalitas .....	81
4. 13 Uji Multikolinieritas .....	82
4. 14 Uji Autokorelasi .....	84
4. 15 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
4. 16 Koefisien Determinasi.....	86
4. 17 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	87
4. 18 Uji t.....	88
4. 19 Uji F.....	88

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual .....	41
3.1 Rancangan Penelitian .....	46
4.1 Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Berita Acara Persetujuan Bimbingan Skripsi.....	104
2. Berita Acara Revisi Skripsi.....	106
3. Daftar Hadir Ujian Proposal.....	108
4. Surat Izin Penelitian.....	109
5. Surat Balasan Penelitian.....	110
6. Kuesioner Penelitian.....	111
7. Tabulasi Jawaban Responden.....	118
8. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	124
9. Output Pengolahan Data SPSS.....	128
10. R tabel.....	142