

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT*, *LIVE STREAMING*
DAN *FLASH SALE* TEHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK
KECANTIKAN IMPOR DI
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Serjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun Oleh:

**PUTRI ELVIANA
NPM. 2020510089**

**KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Fear of Missing Out, Live Streaming dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Impor di E-Commerce
Nama : Putri Elviana
NPM : 2020510089
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
Pembimbing II : Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc., AFA
Tanggal Ujian Skripsi : 1 Februari 2024

Palembang, 12 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hildayanti., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

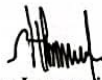
Pembimbing II,



Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc., AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Fear of Missing Out, Live Streaming dan
Flash Sale Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Produk Kecantikan Impor di E-Commerce

Nama : Putri Elviana
NPM : 2020510089
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif,
dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



Emilda, SE., M.Si
NIDN. 0217058902

Penguji II :



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI
Dekan Fakultas Ekonomi



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Elviana

NPM : 2020510089

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 13 Februari 2024

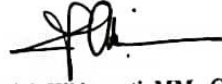
Putri Elviana
NPM. 2020510089



LEMBAR REVISI

Nama : Putri Elviana
NPM : 2020510089
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fear of Missing Out, Live Streaming dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Impor di E-Commerce

Ketua Penguji :




Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN : 0201077302

Penguji I :



Emilda, SE., MBA., CFP
NIDN. 0217058902

Penguji II :



Roswaty, SE., M.SI
NIDN. 0219096301

Palembang, 12 Februari 2024
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang memberikan Rahmat, Hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi sebaga salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Stara-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Puji Syukur kepada Allah SWT yang memberikan Rahmat, Hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi sebaga salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Stara-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesa tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Kedua Orang Tua saya dan Adik saya yang selalu memberikan Doa, kasih sayang, dukungan dan semangat serta motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
3. Ibu Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA dan Ibu Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc. CFP., AFA. Selaku dosen pembimbing saya yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
4. Teman seperjuangan saya yaitu Best Five Ever yang selalu memberikan semangat, masukan, motivasi dan membantu selama perkuliahan ini.
5. Dedi dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa selama saya menjalani perkuliahan sampai saat ini saya bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masi banyak kekurangan karna keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karna itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Palembang, Desember 2023
Penyusun,

Putri Elviana

ABSTRAK

Produk kecantikan memiliki potensi besar untuk dipasarkan melalui media platform e-commerce agar para konsumen dapat menjangkau produk lebih luas baik itu impor maupun lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fear of missing out*, *Live streaming* dan *Flash sale* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Impor di *e-commerce*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan bantuan Program SPSS versi 25. Penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Teknik *sampling* menggunakan *Purposive Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah melihat *live streaming* dan yang pernah membeli produk kecantikan impor di e-commerce. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Hair et., al (2019). Dengan jumlah responden sebanyak 140 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Fear of missing out* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel *Live streaming* dan *Flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara simultan variabel *Fear of Missing Out*, *Live streaming* dan *Flash sale* berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk kecantikan impor di e-commerce. Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,861 yang menunjukkan hubungan kuat antar variabel dan Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 74,2% dan sisanya 25,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

Kata Kunci : *Fear of missing out*, *Live streaming* dan Minat Beli

ABSTRACT

Beauty products have great potential to be marketed through e-commerce platforms so that consumers can reach a wider range of products, both imported and local. This research aims to determine the influence of Fear of missing out, Live streaming and Flash sales on Consumer Purchase Interest in Imported Beauty Products in e-commerce.

The research method used is quantitative with the help of the SPSS version 25 program. The research used is multiple linear regression analysis. The sampling technique uses Purposive Sampling. The population in this research are consumers who have watched live streaming and who have purchased imported beauty products on e-commerce. Determining the sample size uses the formula Hair et., al (2019). With a total of 140 respondents.

The results of this research indicate that the variable Fear of missing out does not partially influence and is not significant on consumer buying interest. The Live streaming and Flash sale variables have a positive and significant effect on buying interest. Simultaneously, the Fear of Missing Out, Live streaming and Flash sale variables influence consumers' buying interest in imported beauty products in e-commerce. The Correlation Coefficient (R) is 0.861 which shows a strong relationship between variables and the Determination Coefficient (R²) is 74.2% and the remaining 25.8% is influenced by other unknown variables.

Keywords: *Fear of missing out, Live streaming and Purchase Interest*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR REVISI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Masalah Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Fear of missing out.....	12
2.2. Live streaming.....	15
2.3. Flash sale.....	17
2.4. Minat Beli	22
2.5. Penelitian Terdahulu	25
2.6. Kerangka Pemikiran.....	29
2.7. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Objek Penelitian	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.3. Batasaan Penelitian	32
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6. Populasi dan Sampel	34
3.7. Teknik Analisis	35
3.8. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum.....	44
4.2. Hasil Penelitian	45
4.2.1. Karakteristik Responden	45
4.2.2. Analisis Variabel	49
4.2.3. Uji Instrumen Data	56
4.2.4. Uji Asumsi Klasik	58
4.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.2.6. Uji Hipotesis.....	63
4.2.7. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	66

4.3. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	25
Tabel 3.1	Interprstasi Koefisien Korelasi.....	40
Tabel 3.2	Skala Likert	42
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden.....	46
Tabel 4.3	Karakteristik Profesi Responden.....	47
Tabel 4.4	Karakteristik Fitur <i>Live Streaming</i> yang digunakan	48
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>FoMO</i> (X_1)	49
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Live Streaming</i> (X_2).....	51
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i> (X_3).....	52
Tabel 4.8	Hasil Jawab Responden Variabel Minat Beli (Y).....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Realibilitas	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.14	Hasil Uji t (Parsial)	64
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Simultan).....	65
Tabel 4.15	Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pengunjung Situs E-commerce 2023	3
Gambar 1.3 Perbandingan Produk Impor dan Lokal	4
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	31
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.2 Hasil Uji heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan	79
Lampiran 2. Kuesioner.....	80
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	85
Lampiran 4. Hasil Analisis Variabel.....	99
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	107
Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas.....	111
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas.....	112
Lampiran 8. Hasil Uji Heterositisitas.....	114
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas	115
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	116
Lampiran 11. Hasil Uji t.....	117
Lampiran 12. Hasil Uji F	118
Lampiran 13. Hasil Uji Korelasi	119