

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, DISKON TANGGAL KEMBAR,
GRATIS ONGKIR, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE (STUDI KASUS
MAHASISWA DI KOTA PALEMBANG)**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri



Disusun oleh:

Galland Ganesha

NPM: 2021510013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI

FAKULTAS EKONOMI

TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang)

Nama : Galland Ganesha

NPM : 2021510013

Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D

Pembimbing II : Roswaty, SE., M.Si

Tanggal Ujian Skripsi : 14 Februari 2025

Palembang, 21, Februari, 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D
NIDN. 0208048701

Pembimbing II,



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Muhammad Kurniawan, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRISI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang)
Nama : Galland Ganesha
NPM : 2021510013
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.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji

: 

Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D
NIDN. 0208048701

Penguji I

: 

Dr. Juhaini Alie, MM
NIDN. 0210067003

Penguji II

: 

Shafiera Lazuarni, SE., M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Muhammad Kurniawan, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi




Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Galland Ganesha
NPM : 2021510013
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 mendapat 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, 21 Febuari 2025

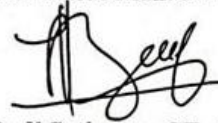

Materai 1000
Galland Ganesha
NPM.2021520013



LEMBAR REVISI

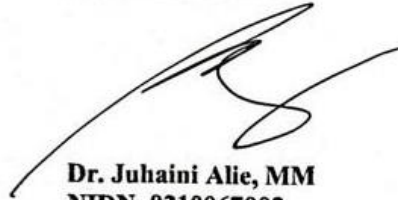
Nama : Galland Ganesha
NPM : 2021510013
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang)

Ketua Penguji :



Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D
NIDN. 0208048701

Penguji I :



Dr. Juhaini Alie, MM
NIDN. 0210067003

Penguji II :



Shafiera Lazuarni, SE., M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Palembang, 21, Februari, 20
Ketua Program Studi Manajemen



Muhammad Kurniawan, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang)” ini dengan baik. Penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi akademik dan sebagai bentuk kontribusi penulis terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Muhammad Kurniawan, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Roswaty, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluahkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
6. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
7. Orang tua, Ayah dan ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
8. Teman-teman Akuntansi Angkatan 2021 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 21 Februari 2025

Penulis,



Galland Ganesha

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh live streaming, diskon tanggal kembar, gratis ongkir, dan ulasan produk terhadap minat beli mahasiswa di Kota Palembang dalam berbelanja di Shopee. Dengan berkembangnya e-commerce, strategi promosi menjadi krusial dalam menarik konsumen, Penelitian ini juga menunjukkan relevansi e-commerce dalam mendukung pencapaian United Nations Sustainable Development Goals (UN SDGs), khususnya dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi (SDG 8). Data dikumpulkan melalui survei terhadap 96 responden dan dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa live streaming dan gratis ongkir tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sebaliknya, diskon tanggal kembar dan ulasan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan. Temuan ini memberikan wawasan bagi Shopee untuk mengoptimalkan strategi promosi guna meningkatkan daya saing. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada literatur pemasaran digital dan mendukung implementasi SDGs melalui inovasi promosi e-commerce yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Live streaming*, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, Ulasan Produk, Minat Beli, *SDGs*.

ABSTRACT

This research analyzes the influence of live streaming, twin date discounts, free shipping, and product reviews on students' buying interest in shopping at Shopee in Palembang City. With the development of e-commerce, promotional strategies have become crucial in attracting consumers. This research also shows the relevance of e-commerce in supporting the achievement of the United Nations Sustainable Development Goals (UN SDGs), especially in accelerating economic growth (SDG 8). Data was collected through a survey of 96 respondents and analyzed using PLS-SEM. The research results show that live streaming and free shipping have no effect on buying interest. In contrast, twin date discounts and product reviews have a positive and significant influence. These findings provide insight for Shopee to optimize promotional strategies to increase competitiveness. Theoretically, this research contributes to digital marketing literature and supports the implementation of SDGs through more inclusive and sustainable e-commerce promotion innovations.

Keywords: *Live Streaming, Double-Date Discounts, Free Shipping, Product Reviews, Purchase Intention, SDGs.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR REVISI	v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Pemasaran	13
2.1 Minat Beli.....	14
2.1.1 Pengertian Minat Beli	14
2.1.2 Faktor Minat Beli.....	14
2.1.3 Indikator Minat Beli.....	15
2.2 <i>Live Streaming</i>	16
2.2.1 Pengertian <i>Live Streaming</i>	16

2.2.2 Faktor Live Streaming	17
2.2.3 Indikator <i>Live Streaming</i>	18
2.3 Diskon Tanggal Kembar	19
2.3.1 Pengertian Diskon Tanggal Kembar.....	19
2.3.2 Faktor Diskon Tanggal Kembar	19
2.3.3 Indikator Diskon Tanggal Kembar	20
2.4 Gratis Ongkir.....	22
2.4.1 Pengertian Gratis Ongkir	22
2.4.2 Faktor Gratis Ongkir.....	23
2.4.3 Indikator Gratis Ongkir.....	24
2.5 Ulasan Produk	25
2.5.1 Pengertian Ulasan Produk.....	25
2.5.2 Indikator Ulasan Produk	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.7 Hipotesis.....	33
2.7.1 Diskon Tanggal Kembar terhadap Minat Beli.....	34
2.7.2 Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli	36
2.7.3 Ulasan Produk terhadap Minat Beli.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisis.....	42

3.6.1 PLS-SEM.....	42
3.6.2 <i>Confirmatory Composite Analysis</i>	43
3.6.2.1 <i>Convergent Validity</i>	43
3.6.2.2 <i>Reliability</i>	44
3.6.2.3 <i>Discriminant Validity</i>	44
3.6.3 <i>Model Fit</i>	45
3.6.4 <i>Structural Model Assessment</i>	46
3.6.4.1 <i>Collinearity (VIF)</i>	46
3.6.4.2 <i>R Square</i>	46
3.6.4.3 <i>F Square</i>	47
3.6.4.4 <i>Q Square</i>	48
3.6.5 <i>Hypotheses Testing</i>	48
3.7 Definisi Operasional Variabel	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 58

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.2 Karakteristik Responden	59
4.3 <i>Confirmatory Composite Analysis</i>	60
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	60
4.3.2 <i>Reliability</i>	63
4.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	64
4.3 <i>Model Fit</i>	66
4.5 <i>Structural Model Assessment</i>	67
4.5.1 <i>Collinearity (VIF)</i>	67
4.5.2 <i>Coefficiencie of Determinant R Square (R²)</i>	68
4.5.3 <i>Effect Size f Square (f²)</i>	69
4.5.4 <i>Predictive Model Q Square (Q²)</i>	70
4.6 <i>Hypothesis Testing</i>	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan E – Commerce di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 3.2 Deskripsi Variabel.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	54
Tabel 4.2 Outer Loading.....	56
Tabel 4.3 Average Variance Extracted (AVE).....	57
Tabel 4.4 Cronbach’s Alpha and Composite Reliability.....	58
Tabel 4.5 Cross Loading.....	59
Tabel 4.6 Normed Fit Index (NFI).....	61
Tabel 4.7 Collinearity (VIF).....	62
Tabel 4.8 Coefficiencie of Determinant R Square (R^2).....	64
Tabel 4.9 Effect Size F Square (F^2).....	65
Tabel 4.10 Predictive Model Q Square (Q^2).....	65
Tabel 4.11 Direct Path.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian.....
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data.....
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....
Lampiran 4. Bukti Hadir Seminar Proposal.....
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....