

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*,
PROMOSI *LIVE STREAMING*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI DI *E-COMMERCE*
SHOPEE PADA REMAJA DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman
20022000059**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman
Nomor Pokok : 20022000059
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Promosi *Live Streaming*, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli di *E-Commerce Shopee* Pada Remaja di Kota Malang

Malang, 21 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si



Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, PROMOSI LIVE STREAMING, DAN
ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI DI *E-COMMERCE SHOPEE* PADA
REMAJA DI KOTA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman

20022000059

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 23 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M, Si

Sekretaris Penguji



Drs. Nirwana, MM.

Anggota Penguji



Rofikul Amin, SE., MM.

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 23 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M, Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman

Nomor Pokok : 20022000059

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Promosi *Live Streaming*, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli di *E-Commerce Shopee* Pada Remaja di Kota Malang

Lokasi yang Diteliti : -

Alamat Rumah Asli : Jl. Singajaya RT 02/03 Desa Jeblog, Dsn. Sumberasri,
Kec. Talun, Kab. Blitar, Jawa Timur, 66183

No Telp / HP : 082333336134

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar – benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya

Demikian surat pemyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Februari 2024

Peneliti,



Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Grandis Allaam Bari' Fadhlurrohman

Nomor Pokok : 20022000059

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Blitar, 11 Desember 2001

Alamat : Jl. Singajaya RT 02/03 Desa Jeblog, Dsn.
Sumberasri, Kec. Talun, Kab. Blitar, Jawa Timur,
66183

Nama Orang Tua (ayah) : Imam Widodo Jati Susilo
(ibu) : Eti Nurkhikmah

Riwayat Pendidikan :

2008 – 2014	: MI Al – Islah Jeblog
2014 – 2017	: MTsN 02 Blitar
2017 – 2020	: SMAN 1 Garum
2020 – 2024	: S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Celebrity Endorsement, Promosi Live Streaming, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee pada Remaja di Kota Malang”**.

Shalawat dan salam tidak lupa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Penulis telah mencoba untuk melakukan yang terbaik dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, rasa terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE, M,Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang dan Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam proses pengerjaan Skripsi.
2. Ibu Irany Windhyastiti, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang
3. Bapak Drs. H. Kamaluddin, MM. selaku Dosen Wali Penulis selama masa Perkuliahan
4. Orang tua penulis serta keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh secara moral maupun materi.
5. Seluruh teman-teman yang sudah memberikan support dan motivasi kepada penulis dalam proses penulisan Skripsi ini hingga selesai.

6. Dan seluruh pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyusun penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Hanya ucapan terimakasih yang mampu penulis sampaikan dan seraya berdoa mudah-mudahan segala kebaikan yang diberikan memperoleh ganjaran amal kebaikan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Mudah-mudahan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang baik dari para pembaca.

Malang, 21 Februari 2024

Penulis

Grandis Allam Bari' Fadhlurrohman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Perilaku konsumen	8
2. Minat Beli	9
3. Remaja	11
4. Celebrity Endorsement	11
5. Promosi Live Streaming	17
6. Ulasan Produk	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Penelitian	28
D. Hipotesis	29
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Definisi operasional Variabel	32
B. Lingkup Penelitian	33

C. Lokasi Penelitian	34
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	34
E. Jenis Data dan Sumber Data	36
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	42
1. Profil Perusahaan	42
2. Deskripsi Karakteristik Responden	43
3. Uji Instrumen Penelitian	46
4. Teknik Analisis Data	49
5. Deskripsi Variabel	52
6. Analisis Regresi Linier Berganda	62
7. Koefisien Determinasi	63
8. Uji Hipotesis	64
B. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Peneilitian Terdahulu yang Relevan	23
Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	43
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan remaja yang memiliki Smartphone	44
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan remaja yang memiliki aplikasi Shopee	45
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan remaja yang bertransaksi menggunakan aplikasi Shopee	45
Tabel 8 Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement (X1)	46
Tabel 9 Uji Validitas Variabel Promosi Live Streaming (X2).....	47
Tabel 10 Uji Validitas Variabel Ulasan Produk (X3).....	47
Tabel 11 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	48
Tabel 12 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 13 Uji Normalitas	50
Tabel 14 Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 15 Deskripsi Variabel Celebrity Endorsement (X1)	52
Tabel 16 Deskripsi Variabel Promosi Live Streaming (X2)	54
Tabel 17 Deskripsi Variabel Ulasan Produk (X3).....	56
Tabel 18 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	59
Tabel 19 Tabel Analisis Linier Berganda.....	62
Tabel 20 Koefisien Dterminasi.....	63
Tabel 21 Uji Simultan	64
Tabel 22 Uji Parsial.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 2. Scatterplot.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner.....	80
Lampiran 2. Tabulasi Data	84
Lampiran 3. Output SPSS.....	100
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	107
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	108
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiasi	109

ABSTRAK

Semakin meningkatnya teknologi dalam berbelanja berdampak pada meningkatnya persaingan antar E-commerce di Indonesia. Oleh karena itu, para pelaku bisnis bersaing agar dapat menguasai pangsa pasarnya dan mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan Minat Beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Celebrity Endorsement Promosi Live Streaming dan Ulasan Produk terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee pada remaja di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 135 responden sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja yang ada di Kota Malang. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode purposive sampling dengan menetapkan jumlah sampel 10% dari total populasi. Data primer yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS versi 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Celebrity Endorsement, Promosi Live Streaming, dan Ulasan Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hasil ini memberikan implikasi bagi pelaku bisnis untuk menggunakan strategi Celebrity Endorsement, Promosi Live Streaming dan tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan penjualan sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produknya

Kata kunci : Celebrity Endorsement, Promosi Live Streaming, Ulasan Produk, Minat Beli

ABSTRACT

The increasing technology in shopping has an impact on increasing competition between E-commerce in Indonesia. Therefore, business players compete to control their market share and develop marketing strategies to increase consumer buying interest. This research aims to analyze the influence of Celebrity Endorsement Live Streaming Promotions and Product Reviews on Purchase Interest in E-commerce Shopee among teenagers in Malang City. This research used a quantitative approach by distributing questionnaires to 135 respondents as a sample. The population in this research is teenagers in Malang City. Sampling was carried out based on the purposive sampling method by setting the sample size at 10% of the total population. The collected primary data was analyzed using multiple linear regression analysis with the SPSS version 19 application. The research results showed that partially and simultaneously Celebrity Endorsements, Live Streaming Promotions and Product Reviews had a significant effect on Purchase Interest. These results provide implications for business people to use Celebrity Endorsement strategies, Live Streaming Promotions and continue to maintain and improve product quality to increase sales so that it is hoped that they can increase consumer buying interest in their products.

Keywords: Celebrity Endorsement, Live Streaming Promotion, Product Reviews, Purchase Interest