



**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF**

**(Studi Pembelian Produk Matahari Oleh Pengguna Shopee Di Kalangan  
Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas  
Mercu Buana)**



**SKRIPSI**

**U THASIA SEPTIANI S**  
**MERCU BUANA**  
**44321010003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Thasia Septiani  
NIM : 44321010003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Produk Matahari Oleh Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 7 Februari 2025



Thasia Septiani

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Thasia Septiani  
NIM : 44321010003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Produk Matahari Oleh Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan  
oleh:

Pembimbing 1 : Dr Farid Hamid, M.Si (  )  
NIDN : 0301117301  
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, M.Ed (  )  
NIDN : 0316088201  
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, M.Sos.Sc, Ph.D (  )  
NIDN : 0324128202

Jakarta, 7 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming Shopping* terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Produk Matahari oleh Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, Dosen Penasehat Akademik, dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan arahan, masukan, serta meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama proses penyelesaian tugas akhir dan masa perkuliahan.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Kampus Cabang.
5. Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Marketing Communication.
6. Keluarga tercinta, yaitu Mama, Ayah, Mba, dan Mas yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.

7. Andi Rifky Satria Putra, yang memberikan dukungan, memberikan motivasi, serta dengan sabar mendengarkan setiap keluh kesah penulis. dan mendampingi dan menghibur selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat terdekat penulis, Davisha Astri, Annisa Syifa, Yohana Mey, Ajeng Salwa, Icha Yulia, Pujiyanti, Rachel Yuki, Winda Catur, Honey Yanza, Fitri Amelia yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, serta keceriaan di saat penulis menghadapi tantangan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat seperjuangan penulis selama masa perkuliahan Lydia Rosaline, Putri Nurjanah, Muhammad Rafly, Gerry Adam Atmanagara, Rayhan, Alriza Rafi Akhdaan, yang telah menemani hari-hari penulis, baik di dalam kampus maupun diluar kampus, serta saling mendukung dan menyemangati satu sama lain dari awal hingga akhir perjalanan perkuliahan
10. Teman-teman dan rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021, yang telah memberikan dukungan moral serta berbagi pengalaman selama proses perkuliahan.
11. Kepada Mark lee, Lee Jenoo, dan Park Chanyeol, terima kasih atas inspirasi, kesenangan, serta semangat bagi penulis yang kalian berikan lewat lagu dan video yang kalian buat.
12. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
13. Seluruh staff Universitas Mercu Buana yang membantu penulis dalam pengumpulan dokumen dan surat-surat untuk kebutuhan penelitian.
14. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
15. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan penuh rasa hormat, penulis memohon maaf apabila terdapat kekeliruan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini, Penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang konstruktif demi perbaikan penelitian ini, serta sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa depan.

Jakarta, 19 Januari 2025

Penulis

Thasia Septiani



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Thasia Septiani  
NIM : 44321010003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Produk Matahari Oleh Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Februari 2025

Yang menyatakan,

  
Thasia Septiani

## ABSTRAK

Nama : Thasia Septiani  
NIM : 44321010003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pembelian Produk Matahari Oleh Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mercu Buana)  
Pembimbing : Dr Farid Hamid, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *live streaming shopping* terhadap pembelian impulsif pada produk Matahari. *Live streaming shopping* merupakan aktivitas penjualan produk secara *real-time*, di mana streamer memperlihatkan berbagai aspek dari produk dan mendorong penonton untuk melakukan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Mercu Buana yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel pada penelitian ini berjumlah 90 Responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat hubungan korelasi antara *live streaming shopping* dan pembelian impulsif berada di angka 0,625, yang menunjukkan hubungan positif dengan tingkat hubungan yang cukup kuat. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) dan nilai *t* hitung sebesar 7,919 ( $> t$  tabel 1,660), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa *live streaming shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,390 atau 39%, yang berarti bahwa variabel *live streaming shopping* mempengaruhi variabel pembelian impulsif sebesar 39%, sedangkan sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Live Streaming Shopping*, Pembelian Impulsif, *E-commerce*, *Real-time*



## **ABSTRACT**

*Name* : Thasia Septiani  
*Student ID* : 44321010003  
*Study Program* : *Communication Science*  
*Thesis Title* : *The Influence of Live Streaming Shopping on Impulsive Buying (A Study of Matahari Product Purchases by Shopee Users Among Students of the Faculty of Communication Science Class of 2021 Mercu Buana University)*  
*Academic Advisor* : Dr Farid Hamid, M.Si

*This study aims to determine the extent of the influence of live streaming shopping on impulsive buying behavior for Matahari products. Live streaming shopping is a real-time product sales activity where streamers showcase various aspects of the product and encourage viewers to make purchases.*

*The research method employed is non-probability sampling using purposive sampling techniques. The sample in this study consists of students from the 2021 cohort of the Faculty of Communication Sciences, Universitas Mercu Buana, who meet the criteria set by the researcher. The sample in this study consists of 90 respondents.*

*The results indicate that the correlation coefficient between live streaming shopping and impulsive buying is 0.625, demonstrating a positive correlation with a moderately strong relationship. The significance probability value is 0.001 ( $< 0.05$ ), and the calculated  $t$ -value is 7.919 ( $> t$ -table value of 1.660). Thus, it can be concluded that the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected and the alternative hypothesis ( $H_a$ ) is accepted, meaning that live streaming shopping has a positive and significant influence on impulsive buying behavior. The coefficient of determination ( $R^2$ ) test results show an  $R^2$  value of 0.390, indicating that the live streaming shopping variable influences the impulsive buying variable by 39%, while the remaining 61% is influenced by other factors not included in this study.*

**Keywords:** *Live Streaming Shopping, Impulsive Buying, E-Commerce. Real-Time*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
1.4.3 Manfaat Sosial .....	15
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teoritis .....	23
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2 <i>E-Commerce</i> .....	27
2.2.3 Shopee.....	29
2.2.4 <i>Live Streaming Shopping</i> .....	31
2.2.4.1 Indikator <i>Live Streaming Shopping</i> .....	34
2.2.5 Pembelian Impulsif.....	36
2.2.5.1 Tipe Tipe Pembelian Impulsif.....	37

2.2.5.2 Indikator Pembelian Impulsif.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel .....	43
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	45
3.4.1 Definisi Konsep .....	45
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	46
3.5 Teknik pengumpulan data .....	48
3.5.1 Data Primer .....	48
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.5.3.1 Uji Validitas .....	49
3.5.3.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.6 Teknik Analisis Data .....	52
3.6.1 Uji Koefisiensi Korelasi.....	53
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	54
3.6.3 Hipotesis dan Uji Hipotesis .....	55
3.6.3.1 Hipotesis.....	55
3.6.3.2 Uji Hipotesis (Uji t).....	56
3.6.4 Uji Koefisiensi Determinasi.....	57
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.1.1 Profil Matahari Departement Store.....	59
4.1.2 Visi dan Misi Matahari Departement Store .....	61
4.2 Karakteristik Responden .....	61
4.2.1 Jenis Kelamin.....	62

4.2.2 Responden Memiliki Akun <i>E-Commerce</i> Shopee .....	62
4.2.3 Responden Pernah Melakukan Pembelian Produk Matahari di <i>E-Commerce</i> Shopee .....	63
4.3 Karakteristik Variabel .....	64
4.3.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Live Streaming Shopping</i> (X) .....	64
4.3.2 Frekuensi Jawaban Variabel Pembelian Impulsif (Y) .....	77
4.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	83
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	83
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
4.5 Analisis Statistik.....	86
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	86
4.5.2 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Sederhana .....	88
4.5.3 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	89
4.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
4.5 Pembahasan .....	90
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>103</b>
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran .....	104
5.2.1 Saran Akademis .....	104
5.2.2 Saran Praktis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Essential Digital Headlines</i> .....	2
Gambar 1. 2 <i>Weekly Online Shopping Activities</i> .....	3
Gambar 1. 3 Marketplace Live Streaming Total Awarness .....	5
Gambar 1. 4 Kategori Produk <i>E-Commerce</i> .....	7
Gambar 1. 5 Akun Shopee Matahari Departement Store.....	8
Gambar 1. 6 <i>Live Streaming</i> Matahari Department Store.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4. 1 Logo Matahari Departement Store.....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep .....	46
Tabel 3. 2 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	52
Tabel 3. 3 Skala Linkert .....	53
Tabel 3. 4 Tabel Kategorisasi Koefisien Korelasi .....	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	62
Tabel 4. 2 Responden Memiliki Akun <i>E-Commerce</i> Shopee .....	62
Tabel 4. 3 Responden Pernah Melakukan Pembelian Produk Matahari .....	63
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel <i>Live Streaming Shopping</i> (X) .....	64
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Variabel Pembelian Impulsif (Y) .....	77
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Live Streaming (X).....	83
Tabel 4. 7 Uji Validitas Pembelian Impulsif (Y) .....	84
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas <i>Live Streaming Shopping</i> (X) .....	85
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Pembelian Impulsif (Y) .....	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel.....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	88
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90