

**PENGARUH PROMOSI, *LIVE STREAMING* DAN *CELEBRITY*
ENDOSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINTIFIC**



SKRIPSI

Nama : Derina Zulfa

NIM : 43121010089

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH PROMOSI, *LIVE STREAMING* DAN *CELEBRITY*
ENDOSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINTIFIC**

SKRIPSI

Skripsi di ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manjamen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Derina Zulfa

NIM : 43121010089

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini :

Judul : Pengaruh Promosi, Live Streaming dan Celebrity Endoser
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific

Bentuk Skripsi : Penelitian

Nama : Derina Zulfa

NIM : 43121010089

Program Studi : S1 Manajemen

Tanggal Sidang : 17 Juli 2025

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri di bantu oleh bimbingan dosen pembimbing, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penelitian ini belum pernah di ajukan dalam memperoleh gelar sajarna di perguruan tinggi lain. Semua informasi-informasi yang di sajikan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kejelasannya.

Jakarta, 17 Juli 2025



Derina Zulfa

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

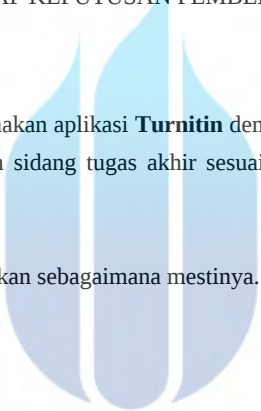
Nama : DERINA ZULFA
NIM : 43121010089
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PROMOSI, LIVE STREAMING DAN CELEBRITY ENDOSER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 July 2025

Kepala Biro Perpustakaan


UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Juli/29/0000000250/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Derina Zulfa
NIM : 43121010089
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Live Streaming Dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific
Tanggal Sidang : 17 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Rina Astini, M.M., CPM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

MERCU BUANA

LPTA-07255245



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengaruh Promosi, *Live Streaming* dan *Celebrity Endoser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skintific. Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari pengolahan data kuesioner yang diisi oleh konsumen yang sudah pernah membeli produk skincare Skintific. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 102 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan non-probability sampling dengan metode yang digunakan yaitu purposive sampling dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, live streaming dan celebrity endorser berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk SKINTIFIC

Kata kunci: Promosi, *Live Streaming*, *Celebrity Endoser* dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of promotions, live streaming and celebrity endorsements on purchasing decisions for skintific beauty products. This research data is primary data obtained from processing questionnaire data filled out by consumers who have previously purchased Skintific skincare products. The number of samples used was 102 respondents. This study uses a quantitative approach. The sample collection technique in this research is non-probability sampling with the method used being purposive sampling and the analysis technique used in this research is Partial Least Square (PLS) analysis. The results of the study show that promotions, live streaming and celebrity endorsers have a significant influence on the decision to purchase SKINTIFIC products.

Keywords: promotions, Live Streaming, Celebrity Endoser and purchasing decisions



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul “PENGARUH PROMOSI, *LIVE STREAMING* DAN *CELEBRITY ENDOSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC”. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk melanjutkan Skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Selain itu, penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini. terutama kepada:

1. Dr. Rina Astini, M.M., CPM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
2. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Diky Firdaus, S Kom, MM selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan

kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.

Aamiin

7. Bapak dan ibu dibagian administrasi fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah
8. Teristimewa untuk keluarga saya terutama Orang Tua saya. Mamah saya Gusnawati dan Ayah saya Taswan, Serta kakak dan abang saya Vira Latifah Anum dan Iqbal Pratama yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
9. Para sahabat saya Ade, Alima, Selfi dan Mega serta orang tersayang dalam hidup saya yang telah banyak memberikan dukungan, dorongan dan motivasi untuk menyusun skripsi ini dan Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu demi Satu.
10. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih Derina Zulfa sudah kuat sampai detik ini, yang mampu berdiri tegak ketika di hantam permasalahan yang ada, dan sampai di titik ujung penulisan skripsi ini. Terima kasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari pemulaan hidup tetap semangat ya.

Penulis menyadari bahwa Sebagai manusia biasa, penelitian ini mungkin mengandung kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, komentar, dan kritik dari berbagai sumber. Selain itu, dengan segala kejujuran dan

kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila proposal skripsi ini mengandung kesalahan atau kekurangan. Akhir kata, semoga skripsi ini membantu dan memberi pengetahuan kepada penulis dan pembaca lainnya.



Jakarta, 17 Juli 2025

Derina Zulfa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Theory of Planned Behavior (TPB)	13
2. Perilaku Konsumen	15
3. Keputusan Pembelian	17
4. Promosi	19
5. <i>Live Streaming</i>	23
6. <i>Celebrity Endroser</i>	26
7. Penelitian Pendahulu	28
B. Pengembangan Hipotesis	38
C. Kerangka pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Oprasionalisasi Variabel	42

D. Skala Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel	45
F. Metode Pengumpulan data	46
G. Metode Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. Analisis Partial Least Square (PLS)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Analisisi Deskriptif	54
1. Karakteristik Responden	55
2. Deskripsi Jawaban Responden	58
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	61
1. <i>Evaluasi Measurement Model</i> (Outer Model)	61
2. Pengujian model struktural (<i>Inner Model</i>)	66
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Skincare Terlaris per Januari 2024 – April 2024	5
Tabel 1.2 10 Serum Niacinamide Terlaris	6
Tabel 1.3 Tabel Pra Survey	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel	45
Table 3.2 Lima Alternatif Jawaban Responden	47
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Responden.....	55
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4. 4 Tempat Tinggal Responden	57
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	58
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Live Streaming	59
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endoser	59
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity	62
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	63
Tabel 4. 12 Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker)	64
Tabel 4. 13 Construct Reliability and Validity	65
Tabel 4. 14 Nilai R Square (R ²).....	66
Tabel 4. 15 Nilai f Square (f ²).....	66
Tabel 4. 16 Nilai Q Square (Q ²).....	67
Tabel 4. 17 Uji nilai goodness of fit.....	67
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo SKINTIFIC	4
Gambar 1.3 Brand Masker Wajah Teratas di Ecommerce Maret 2024	7
Gambar 2.1 <i>Perangka Penelitian</i>	41
<i>Gambar 4. 1 Hasil Algorithm PLS</i>	61
<i>Gambar 4. 2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi)</i>	63
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	68

