

**PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN SALES PROMOTION  
TERADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE STREAMING  
MARKETING E-COMMERCE TIKTOKSHOP**

**(Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkuçewara)**

**Skripsi**

*Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi*



**Oleh :**

**Aida Berliana**

**K.2019.1.35058**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
MALANG  
2023**

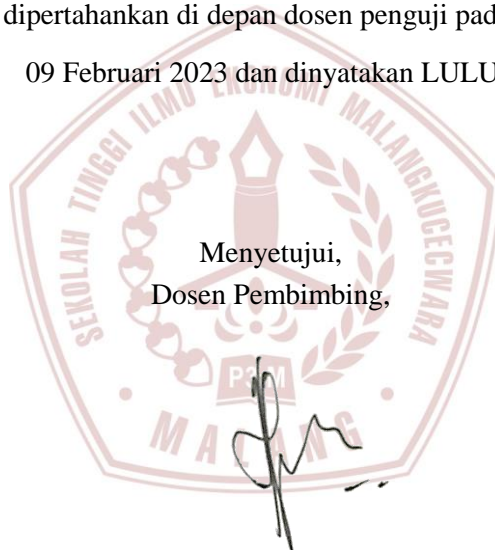
## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE STREAMING MARKETING E-COMMERCE TIKTOKSHOP STUDI PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA

Oleh:  
AIDA BERLIANA  
K.2019.1.35058

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:


09 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,  
Dosen Pembimbing,

IMAMA ZUCHROH, B.Sc., M.COM

Mengetahui,  
Ketua STIE Malangkuçewara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 26 January 2023



Aida Berliana

NPK: K.2019.1.35058

## **SURAT KETERANGAN RISET**

### **SURAT KETERANGAN RISET**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imama Zuchroh, B.Sc., M.COM  
NIK : 202.710.296

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Aida Berliana  
NPK : K.2019.1.35058  
Program Studi : Manaiemen  
Alamat : Pakis, kabupaten Malang  
No HP :  
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Mahasiswa STIE Malangkuçewara.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE STREAMING MARKETING E-COMMERCE TIKTOKSHOP”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang , 26 January 2023  
Dosen pembimbing skripsi,



(Imama Zuchroh, B.Sc., M.COM)  
NIK. 202.710.296

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas izin dan karunia nikmat yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik dan sesuai dengan yang di harapkan. Tak lupa dalam penyelesaian skripsi tentunya terdapat berbagai pihak yang turut serta membantu dalam kelancaran pengerjaan, oleh karen itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena dengan nikmat karunia Nya lah penulis dapat menuntaskan skripsi hingga akhir
2. Kedua orang tua yang selalu mendukung dalam segi apapun untuk buah hatinya dalam menuntut ilmu
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkececwara Malang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu pada tempat perkuliahan.
4. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen dan seluruh segenap civitas akademika yang selalu memberi ilmu pendidikan selama berkuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir
5. Ibu Imama Zuchroh, B.Sc., M.COM selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis, dan memberikan ilmu terhadap permasalahan yang dihadapi
6. Bapak DR.Sonhaji, Ak., MS,CA Selaku dosen wali yang membantu dalam proses perkuliahan
7. Teman-temanku Nadya, Nisa, Rahma, Alfi, Tenesya, yang selalu menghibur dan menemani saya dalam keadaan apapun, yang senantiasa membantu, memberikan semangat, dan selalu mendengarkan keluhan demi keluhan yang saya hadapi
8. Rekan-rekan kelas C manajemen angkatan 2019

9. Seluruh responden yang telah berbesar hati dan meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu yangtelah mendukung penyelesaian skripsi.

## **ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Price Discount* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying* pada live streaming marketing e-commerce TiktokShop. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkuçewara yang menggunakan dan pernah melakukan transaksi atau pembelian di e-commerce TiktokShop dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda serta menggunakan Uji Asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas). Hasil dari penelitian menunjukkan *Price Discount* dan *Sales Promotion* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* pada live streaming marketing e-commerce TiktokShop. *Price Discount* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada live streaming marketing e-commerce TiktokShop, *Sales Promotion* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada live streaming marketing e-commerce TiktokShop.

***Keywords: Price Discount, Sales Promotion, Impulse Buying***

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Price Discounts and Sales Promotions on Impulse Buying in live streaming marketing e-commerce TiktokShop. This research uses causal associative research with quantitative methods. The population used in this study were STIE Malangkuçęwara students who used and had made transactions or purchases on the TiktokShop e-commerce with a total sample of 92 respondents. Sampling was carried out using the probability sampling technique with the purposive sampling method. The technique used in this study uses multiple linear regression analysis and uses the classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test). The results of the study show that Price Discounts and Sales Promotions simultaneously have a positive and significant effect on Impulse Buying behavior in TiktokShop e-commerce live streaming marketing. Price Discount partially has a positive and significant effect on Impulse Buying on live streaming marketing e-commerce TiktokShop, Sales Promotion partially has a positive and significant effect on Impulse Buying on live streaming marketing e-commerce TiktokShop.*

**Keywords:** *Price Discount, Sales Promotion, Impulse Buying*



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa , atas limpahan dan Hidayah-mu, penulis dapat menyajikan tulisan yang berjudul : Pengaruh Price Discount Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Live Streaming Marketing E-Commerce Tiktokshop.

Di dalam penulisan ini, disajikan pokok bahasan yang meliputi bab 1 pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bab 2 tinjauan pustaka yang berisikan tinjauan teori, tinjauan penelitian terdahulu, model konseptual penelitian, pengembangan hipotesis. Bab 3 metode penelitian yang berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, objek dan sumber penelitian, variable, operasional, skala pengukuran, metode pengumpulan data, metode analisis. Bab 4 hasil penelitian yang berisikan gambaran umum, analisis deskriptif, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, pembahasan. Bab 5 penutup yang berisikan kesimpulan, kontribusi penelitian, keterbatasan penelitian, saran.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 29 Januari 2023

Penulis



Aida Berliana

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Daftar Riwayat Hidup .....	v
Ucapan Terimakasih.....	vi
Abstrack .....	viii
<i>Abstract</i> .....	ix
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Bauran Promosi.....	12
2.1.5 Price Discount.....	12
2.1.6 Sales Promotion .....	15
2.1.7 Impulse Buying.....	19
2.1.8 Live Streaming Marketing .....	22
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	23

2.3 Model Konseptual Penelitian .....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Objek dan Sumber Data Penelitian.....	35
3.3.1 Objek.....	35
3.3.2 Sumber Data Penelitian .....	35
3.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Skala Pengukuran .....	35
3.4.1 Variabel.....	35
3.4.2 Operasional .....	36
3.4.3 Skala Pengukuran .....	42
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.6 Metode Analisis.....	44
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Aplikasi Tiktok .....	54
4.1.2 Sejarah Aplikasi Tiktok .....	55
4.1.3 TiktokShop.....	56
4.1.4 Contoh Live Streaming Marketing Dalam Aplikasi Tiktokshop.....	57
4.1.5 Gambaran Umum Responden.....	57
4.2 Analisis Deskriptif.....	58
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	66
4.3.1 Uji Validitas .....	66
4.3.2 Uji Reabilitas .....	68
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	69

4.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	71
4.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	73
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.6 Uji Hipotesis.....	75
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	75
4.6.2 Uji Stimultan (Uji F).....	77
4.6.3 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	79
4.7 Pembahasan .....	80
4.7.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	80
4.7.2 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	82
4.7.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X1) Dan <i>Sales Promotion</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	84
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Kontribusi Penelitian .....	86
5.2.1 Kontribusi Teoritis .....	86
5.2.2 Kontribusi Praktis .....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	87
5.4 Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN.....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan PenelitianTerdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variable.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1 Data Angkatan Pengisi Kuesioner.....	58
Tabel 4. 2 Data Jenis Kelamin Pengisi Kuesioner.....	58
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif.....	59
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Price Discount (X1) , Sales Promotion (X2) dan Impulse Buying (Y).....	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (uji t).....	76
Tabel 4. 11 Hasil Uji Stimultan (uji F).....	78
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinansi.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi Tiktok seluruh dunia .....	2
Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian.....	32
Gambar 4.2 Contoh Live Streaming Marketing Tiktokshop.....	57
Gambar 4.3 <i>P-P Plot</i> normalitas.....	71
Gambar 4.4 Scatterplot uji heterokedastisitas.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran- 1 Kuesinoer.....	95
Lampiran- 2 Hasil Output SPSS.....	99

