

**LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP  
CUSTOMER BUYING DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW  
BEAUTY VLOGGER**

(studi pada customer Skintific mahasiswa STIE Malangkuçeçwara)

**Skripsi**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi*



**Disusun Oleh:**

**Neessa Ameera Ekaprilla**

Nomor Pokok : K.2020.1.35198

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUÇEÇWARA**

**MALANG**

**2024**

**LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP  
CUSTOMER BUYING DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW  
BEAUTY VLOGGER**

(Studi pada *customer* Skintific mahasiswi STIE Malangkuçewara)



Oleh:

**Neessa Ameera Ekaprilla**

**K.2020.1.35198**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUÇEWARA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**MALANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### S K R I P S I

LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP CUSTOMER BUYING  
DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW BEAUTY VLOGGER (STUDI PADA CUSTOMER  
SKINTIFIC MAHASISWI STIE MALANGKUÇEÇWARA)

Oleh :

NEESSA AMEERA EKAPRILLA

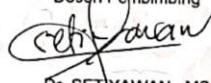
K.2020.1.35198

Telah dipertahankan di depan dosen pengaji pada tanggal :

05 Februari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

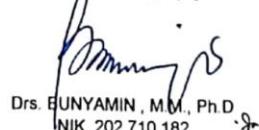
Dosen Pembimbing



Dr. SETIYAWAN, MS

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçewara



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

NIK 202.710.182

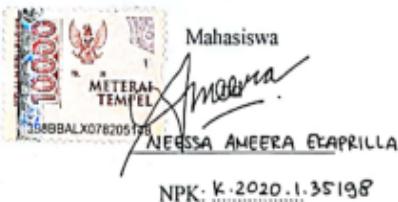
## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

### **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 perundangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 30 Januari 2024



## SURAT KETERANGAN RISET

### **SURAT KETERANGAN RISET**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Setiyawan, MS  
NIK : 202.710.084

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Neessa Ameera Ekaprilla  
NPK : K.2020.1.35198  
Program Studi : Manajemen  
Alamat :  
No HP :  
Email :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari Skintific.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

"LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP CUSTOMER BUYING DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW BEAUTY VLOGGER"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Januari 2024

Dosen pembimbing skripsi,



(Dr. Setiyawan, MS)

NIK 202.710.084

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga akhir.
2. Kepada kedua orang tua saya dan adik saya yang selalu mendoakan dan mendukung dalam bentuk apapun untuk kelancaran penulis dalam menempuh pendidikan, dan dengan sabar melihat penulis yang sedang berproses.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di kampus STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Ibu Dra. Lindananty, M.M selaku Kepala Jurusan Manajemen yang telah memberikan sarana dan prasarana serta kemudahan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Ibu Enggar Nursasi, SE, Ak., MM, CA. selaku dosen wali yang selalu membantu dan mengarahkan selama menempuh pendidikan.
6. Bapak Dr. Setiyawan, MS selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan solusi dan dukungan terhadap masalah yang dihadapi penulis dengan sabar dan dapat mudah dipahami oleh penulis.
7. Seluruh Dosen S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Kepada seluruh teman dekat saya, Gregorius Anugerah Widyawan, Beatarisa Fairuz Pradipta, Bita Septiya Hariyani, dan lalalaaa widiii, Terima kasih sudah menemani, memberikan saran, masukan dan semangat kepada penulis.

9. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini
10. Terakhir, terima kasih kepada Neesssa Ameera Ekaprilla. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sampai di titik ini. Terus semangat dan tetap berjuang.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa mengenai pengaruh *live streaming* terhadap *customer buying decision* yang dimoderasi oleh *Review beauty vlogger*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah Analisis SPSS versi 20 dengan sampel sebanyak 58 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Live streaming* dan *quality product* berpengaruh positif terhadap *customer buying decision* serta variabel *review beauty vlogger* mampu memoderasi variabel live streamiing dan *quality product* terhadap *customer buying decision*.

**Kata kunci:** *live streaming; quality product; customer buying decision; review beauty vlogger.*

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of *live streaming* on *customer buying decisions* moderated by *Beauty vlogger Review*. This type of research uses quantitative research with descriptive analysis. The research method that the researchers used was SPSS analysis ver 20 with a sample of 58 respondents. The results of this study show that *live streaming* and product quality have a positive effect on *customer buying decisions* and *beauty vlogger* review variables are able to moderate *live streaming* variables and product quality on *customer buying decisions*.

**Keywords:** *live streaming; quality product; customer buying decision; review beauty vlogger.*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas lipahan Rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “*Live streaming Impact dan Quality product terhadap Customer buying decision*” yang di moderasi oleh *Review beauty vlogger*”. Penulisan skripsi ini disusun bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçewara Malang.

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 dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 30 Januari 2024

Penulis



Neessa Ameera  
Ekaprilla

## DAFTAR ISI

<i>LIVE STREAMING IMPACT DAN QUALITY PRODUCT TERHADAP CUSTOMER BUYNG DECISION YANG DIMODERASI OLEH REVIEW BEAUTY VLOGGER .....</i>	I
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	II
SURAT KETERANGAN RISET .....	III
UCAPAN TERIMA KASIH.....	IV
ABSTRAK .....	VI
ABSTRACT .....	VII
KATA PENGANTAR .....	VIII
DAFTAR ISI .....	IX
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 .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Tinjauan Teori .....	10
2.1.1 <i>Live streaming</i> .....	10
2.1.2 <i>Quality product</i> .....	11
2.1.3 <i>Customer buying decision</i> .....	13
2.1.4 <i>Review beauty vlogger</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Model Kerangka Konseptual .....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21

3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran.....	23
3.3.1 Variabel .....	23
3.3.2 Operasionalisasi .....	24
3.3.3 Pengukuran .....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Analisis Data.....	27
3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	28
3.5 Metode Analisis Data .....	29
3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.5.2 Linier Berganda .....	30
3.5.3 Uji Hipotesis .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.1 Gambaran Umum Skintific .....	33
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	34
4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel.....	37
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Live streaming</i> (X1) .....	37
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Quality product</i> (X2).....	39
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer buying decision</i> (Y).....	41
4.3.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Review beauty vlogger</i> (Z) .....	43
4.4 Hasil Penelitian.....	45
4.4.1 Uji Validitas .....	45
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.5.1 Uji Normalitas .....	48
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	49
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	50

4.6 Linear Berganda .....	51
4.7 Uji Kelayakan Model dan Hipotesis .....	51
4.7.1 Pengujian Hipotesis.....	51
4.7.2 Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP .....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Kontribusi Penelitian.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	59
5.4 Saran – Saran .....	59

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3. 1 Operasionalisasi .....	24
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	27
Tabel 4. 1 Deskripsi Analisis <i>Live streaming</i> .....	34
Tabel 4. 2 Deskripsi Analisis <i>Quality product</i> .....	35
Tabel 4. 3 Deskripsi Analisis <i>Customer buying decision</i> .....	36
Tabel 4. 4 Deskripsi Analisis <i>Review beauty vlogger</i> .....	36
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Live streaming</i> .....	37
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Quality product</i> .....	39
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer buying decision</i> .....	41
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Review beauty vlogger</i> .....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	51
Tabel 4. 14 Linear Berganda .....	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji t .....	52
Tabel 4. 16 Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	53
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Moderasi.....	53

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Indonesia 2022 .....	2
Gambar 1. 2 Tipe Influencer yang Memengaruhi Wanita dalam Memilih Produk dan Layanan Kecantikan .....	5
Gambar 1. 3 Awards Skintific.....	6
Gambar 2. 1 Model Konseptual Penelitian .....	19
Gambar 4. 1 Gambaran Umum Responden .....	33

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	65
Lampiran 2: Data Responden Pengisian Kuesioner.....	66
Lampiran 3: Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	67
Lampiran 4: Hasil Analisis Uji Validitas .....	68
Lampiran 5: Hasil Analisis Uji Reliabilitas .....	68
Lampiran 6: Hasil Analisis Uji Normalitas.....	68
Lampiran 7: Hasil Analisis Uji Multikolinearitas .....	69
Lampiran 8: Hasil Analisis Uji Heterokedastisitas .....	69
Lampiran 9: Hasil Analisis Linear Berganda.....	70
Lampiran 10: Hasil Uji t .....	70
Lampiran 11: Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	70
Lampiran 12: Hasil Analisis Regresi Moderasi .....	71