

**PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LIVE STREAMING TIKTOK DI
MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis



Disusun Oleh :

ACHMAD SULTON GUGUS ARJUNO

Nomor Pokok : K.2021.1.35528

Jurusan : Manajemen

Program Studi: Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

**PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LIVE STREAMING TIKTOK DI
MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis



Disusun Oleh :

ACHMAD SULTON GUGUS ARJUNO

Nomor Pokok : K.2021.1.35528

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 21 Februari 2025



10000
STAMP
TEMPER
DGAMX168206157

ACHMAD SULTON GUGUS AEJUNO

NPK: K.2021.1.35528

SURAT BUKTI RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs.AGUSSALIM ANDRIANSYAH, M.Si.
NIK : 202.710.195

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : ACHMAD SULTHON GUGUS ARJUNO
NPK : K.2021.1.35528
Program Studi :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Mahasiswa STIE Malangkuçewara Jurusan Manajemen Angkatan 2021.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

**"PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LIVE STREAM TIKTOK DI
MAHASISWASTIE MALANGKUÇEWARA"**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Februari 2025
Dosen pembimbing skripsi,

(Drs.AGUSSALIM ANDRIANSYAH, M.Si.)
NIK. 202.710.195

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LIVE STREAM TIKTOK DI MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA ".

Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana manajemen bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara Malang.

Dalam proses penelitian skripsi ini, banyak sekali tantangan dan hambatan yang dialami penulis. Selama proses penelitian, penulis juga menerima bantuan-bantuan dari pihak lain dalam dalam pengumpulan data dan penyelesaian skripsi ini. menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Yang terhormat Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara.
2. Yang terhormat Drs. DRA Lindananty, M.M. sebagai ketua jurusan manajemen.
3. Yang terhormat Drs. Agussalim Andreiansyah, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
4. Yang terhormat Dra. Sherly Hesti Erawati, M.M. sebagai dosen wali yang telah membantu mengarahkan saya sedari semester 1.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi ilmu kepada penulis selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara Malang.
6. Kepada kedua orang tua saya atas segala kasih sayang, perjuangan, dukungan, motivasi dan do'a yang selalu dipanjatkan.
7. Anandita Putri Salwa Defira Keiza, sebagai support sistem serta calon teman hidup saya yang senantiasa mendukung, selalu ada disaat saya sedang malas mengerjakan penelitian saya hingga penelitian ini selesai.
8. Kepada saudara seperjuangan Diklat 38: Atta, Aldo, Tito, Riezq, Pras, Femmy, Rifa, Nahdliah, Dilla, Elvira yang telah mendukung dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman – teman Manajemen kelas C 2021 yang telah memberikan pengalaman dan momen berharga selama masa perkuliahan, terkhususkan Haidy Jayanti yang bersedia membantu saya dalam pengerjaan skripsi.

10. UKM tercinta beserta orang – orang didalamnya Himpas Vignecvara yang telah memberikan ilmu, pengalaman, tanggung jawab dan keluarga baru serta momen berharga yang tidak akan bisa saya dapatkan sebelumnya.
11. Teman Purna Ketua Umum UKM tahun 2023-2024, beserta seluruh anggota yang telah membantu saya saat menjabat Ketua Umum dalam menjalankan seluruh tanggung jawab saat memimpin Organisasi dan Kegiatan Kampus.
12. Semua pihak yang telah memberikan informasi dan bimbingan sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis berharap karya skripsi ini berguna dan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terimakasih.

Malang, 21 Februari 2025

Penulis

ACHMAD SULTHON GUGUS ARJUNO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personal branding dan harga terhadap keputusan pembelian dalam live streaming di TikTok pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2021. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen, yaitu personal branding dan harga, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini melibatkan 90 mahasiswa sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana personal branding yang kuat dalam live streaming dapat meningkatkan keputusan pembelian. Sebaliknya, harga juga memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa faktor harga tidak terlalu dominan dalam menentukan keputusan pembelian pada transaksi melalui live streaming di TikTok. Temuan ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan pemahaman mereka terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian secara lebih baik.

Kata kunci: *personal branding, harga, keputusan pembelian*

ABSTRAC

This study aims to analyze the influence of personal branding and price on purchasing decisions in live streaming on TikTok among students of STIE Malangkuçewara. This study uses a quantitative approach with a survey method involving students majoring in Management class of 2021. Data collection was carried out by distributing questionnaires, which were then analyzed using multiple regression techniques to test the relationship between independent variables, namely personal branding and price, on the dependent variable, namely purchasing decisions. This study involved 90 students as a sample. The results of the study showed that personal branding has a positive and significant effect on purchasing decisions, where strong personal branding in live streaming can increase purchasing decisions. Conversely, price also has a positive but insignificant effect, indicating that the price factor is not too dominant in determining purchasing decisions in transactions via live streaming on TikTok. These findings are expected to help students improve their understanding of the factors that influence purchasing decisions better

Keywords: personal branding, price, purchasing decisions

DAFTAR ISI

SURAT BUKTI RISET	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAC.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II	5
PEMBAHASAN	5
2.1. Tinjauan Teori.....	5
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	5
2.1.2 Personal Branding.....	6
2.1.3 Harga.....	9
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.3. Kerangka Berfikir	22
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi	24
3.1.1 Jenis Penelitian	24
3.1.2 Lokasi.....	24
3.2 Populasi dan Sample	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel.....	25

3.3	Definisi Oprasional Variabel	25
3.3.1	Variable Bebas	25
3.3.2	Variable Terikat.....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	30
3.5	Metode Analisi Data	31
3.5.1	Uji Instrument.....	31
3.5.2	Uji Normalitas	32
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.6	Uji Hipotesis.....	32
BAB IV		34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1	Gambaran Umum Objek penelitian.....	34
4.1.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian	35
4.2	Analisis Deskriptif	35
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.1	Uji Normalitas.....	36
4.4	Pengujian Model dan Hipotesis.....	37
4.5	Uji Hipotesis.....	40
4.5.1	Uji T.....	40
4.5.2	Uji F.....	41
4.5.3	Uji Determinan (R ²).....	41
4.6	Pembahasan	42
4.6.1	Pengaruh Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian	42
4.6.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	42
BAB V		43
KESIMPULAN DAN SARAN		43
5.1	Kesimpulan	43
5.2	Kontribusi Penelitian	43
5.4	Saran	43
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Variabel Personal Branding	25
Tabel 3. 2 Variabel Harga	27
Tabel 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian	28
Tabel 3. 4 Skala.....	30
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif	35
Tabel 4. 2 Uji Normalitas	36
Tabel 4. 3 Uji Validitas Personal Branding.....	37
Tabel 4. 4 Uji Validitas Harga.....	37
Tabel 4. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian	38
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 7 Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4. 8 Uji T	40
Tabel 4. 9 Uji F	41
Tabel 4. 10 Uji Determinan	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	22
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	49
Lampiran 2 Tabel Distribusi	54
Lampiran 3 Output Data SPSS	60