

PENGARUH LIVE STREAMING, PROMOSI PENJUALAN, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SIPETEK DI APLIKASI TIKTOK

MEYDIANA TRIWIDHA ARYANI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Live Streaming, Promosi Penjualan, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Produk Sipetek di Aplikasi Tiktok" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, November 2024

Meydiana Triwidha Aryani
NIM H2401201027

Hak Cipta Milik IPB University

ABSTRAK

MEYDIANA TRIWIDHA ARYANI. Pengaruh Live Streaming, Promosi Penjualan, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Produk Sipetek di Aplikasi Tiktok. Dibimbing oleh MIMIN AMINAH.

Pertumbuhan konsumsi produk akuatik terutama ikan, menunjukkan potensi untuk pengembangan produk olahan seperti ikan petek dari Danau Cirata. Sipetek adalah salah satu produk olahan ikan dan makanan praktis yang memanfaatkan potensi komoditas lokal. Strategi pemasaran inovatif yang dilakukan Sipetek, termasuk *live streaming* di TikTok telah membantu meningkatkan *branding* dan jumlah pengikut akun @cerita.sipetek. *Live Streaming* tidak hanya memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, tetapi juga menyediakan *platform* yang efisien untuk promosi produk. Promosi penjualan seperti potongan harga, *voucher diskon*, dan paket *bundling* dapat merangsang *purchase intention*. *Online customer review* dengan volume, keseimbangan, penyebaran, serta panjang dan urutan ulasan, berpengaruh terhadap persepsi konsumen. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *live streaming*, promosi penjualan, *online customer review* terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS untuk pengolahan data dengan melibatkan 135 responden. Hasil yang didapatkan adalah *live streaming*, promosi penjualan, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci: *live streaming*, *online customer review*, promosi penjualan, *purchase intention*

ABSTRACT

MEYDIANA TRIWIDHA ARYANI. The Impact of Live Streaming, Sales Promotion, and Online Customer Reviews on Purchase Intention of Sipetek Products in the Tiktok Application. Supervised by MIMIN AMINAH.

The growth in consumption of aquatic products, especially fish, shows the potential for the development of processed products such as petek fish from Cirata Lake. Sipetek is one of the processed fish and convenience food products that utilizes the potential of local commodities. Sipetek's innovative marketing strategies include live streaming on the TikTok application which has helped increase branding and the number of followers of the TikTok account @cerita.sipetek. Live streaming not only allows direct interaction with consumers, but also provides an efficient platform for product promotion. Sales promotions such as rebates, discount vouchers, and bundling packages can stimulate purchase intention. Online customer reviews with volume, balance, distribution, and length and order of reviews, have an effect on consumer perceptions. The purpose of this study was to analyze the effect of live streaming, sales promotion, online customer reviews on purchase intention. This study uses descriptive analysis and SEM-PLS for data processing involving 135 respondents. The results obtained are live streaming, sales promotion, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: *live streaming*, *online customer review*, *purchase intention*, *sales promotion*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH LIVE STREAMING, PROMOSI PENJUALAN, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SIPETEK DI APLIKASI TIKTOK

MEYDIANA TRIWIDHA ARYANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Prof. Dr. Ir. Jono Mintarto Munandar M.Sc.
2. Dra. Siti Rahmawati M.Pd.

Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming, Promosi Penjualan, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Produk Sipetek di Aplikasi Tiktok

Nama : Meydiana Triwidha Aryani

NIM : H2401201027

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Mimin Aminah M.M.



Diketahui oleh

Ketua Departemen :

Dr. Eko Ruddy Cahyadi S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
14 November 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juni sampai bulan Agustus 2024 ini adalah pemasaran, dengan judul “Pengaruh Live Streaming, Promo Penjualan, dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Produk Sipetek di Aplikasi Tiktok”.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang membantu selama penulisan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yaitu Bapak Sriyatno dan Ibu Supriyani, Mas Eswahyudi Kurniawan, Mbak Verani Dwi Susanti, Athira Aikin Qurrota A'yun, Atallah Aikin Mutaqina Imama, Mafaza Shanum Labibah, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sejak awal perkuliahan sampai saat ini.
2. Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah M.M. dan Ibu Stevia Septiani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan waktu, pikiran, arahan, dan saran selama penulisan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Jono Mintarto Munandar M.Sc. dan Ibu Dra. Siti Rahmawati M.Pd. selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberi masukan dan saran untuk perbaikan penulisan skripsi ini.
4. Founder Sipetek yaitu Bapak Aang Permana yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian dan staf Sipetek yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman Direktorat Academic and Achievement GEN 1 (Ratna, Abil, Eka, Frans, Syarah, Kak Melisa, Kak Sitria) dan GEN 2 yang telah mewarnai hari-hari penulis dan memberikan pengalaman serta pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan.
6. Sahabat dan teman-teman Brisix (Audi, Yuni, Intan, Nur, Aisyah), Anak Alim (Alya, Hega, Ici, Sepa, Pindes, Ebi, Inu), rekan MSIB Batch 6 Telkom Indonesia (Johana, Febri, Tracy, Andini, Indah, Gavan, Ikbal), rekan seperbimbingan (Ressy, Fiona, Rafly, Ayu, Andra, Ambar, Yogi, Kak Tubagus), rekan KKN Wonogiri (Vani, Sherly, Dila, Moca, Haris, Fadli), teman ENINE, dan teman Manajemen 57 yang telah memberi semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh kerabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan oleh penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, November 2024

Meydiana Triwidha Aryani

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 Pemasaran Digital	6
2.3 <i>Live Streaming</i>	7
2.4 Promosi Penjualan	8
2.5 <i>Online Customer Review</i>	8
2.6 <i>Purchase Intention</i>	9
2.7 Penelitian Terdahulu	9
2.8 Hipotesis	11
III METODE	13
3.1 Kerangka Pemikiran	13
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.3 Jenis dan Sumber Data	14
3.4 Metode Penarikan Sampel	15
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	15
3.6 Desain Penelitian	18
3.7 Variabel Operasional Penelitian	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum	22
4.2 Karakteristik Responden	24
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	27
4.4 Hasil Analisis SEM-PLS	31
4.5 Implikasi Manajerial	37
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	46

DAFTAR TABEL

1	Persentase pengguna yang belanja melalui <i>live streaming</i>	3
2	Perbandingan Sipetek dengan kompetitor di Tiktok	3
3	Penelitian terdahulu	9
4	Pembobotan skala likert	16
5	Rentang skala analisis deskriptif	17
6	Kriteria validitas dan reliabilitas	17
7	Kriteria model struktural	18
8	Variabel operasional penelitian	19
9	Karakteristik responden	24
10	Hasil pengukuran <i>live streaming</i>	27
11	Hasil pengukuran promosi penjualan	28
12	Hasil pengukuran <i>online customer review</i>	29
13	Hasil pengukuran <i>purchase intention</i>	30
14	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan AVE	33
15	Nilai Fornell-Larcker Criterion	34
16	Nilai <i>R-square</i>	35
17	Hasil proses <i>bootstrapping</i>	35
18	<i>Output</i> implikasi manajerial dalam model AISAS	37

DAFTAR GAMBAR

1	Data angka konsumsi ikan tahun 2018 - 2022	1
2	Model penelitian	12
3	Kerangka pemikiran	14
4	Desain penelitian	19
5	Akun Tiktok @cerita.sipetek	24
6	Diagram radar analisis deskriptif	30
7	<i>Outer model</i> sebelum <i>dropping</i>	32
8	<i>Outer model</i> setelah <i>dropping</i>	32

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Uji validitas	51
2	Lampiran 2 Uji reliabilitas	51