

**PENGARUH LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT DAN FREE SHIPPING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TIKTOK SHOP
DI KOTA YOGYAKARTA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

SKRIPSI



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2025

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

Ignasius Rahardian Krisna Hadjon

11200879

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ignasius. Rahardian. Krishna. Hadjon
NIM/NIP/NIDN : 11200879
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TikTok Shop Di Kota Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

DAUTA WACANA

Yogyakarta, ...

Mengetahui,

Dr. Singih Santoso, M.M.

Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 0510046901

Yang menyatakan,

Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 11200879

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT DAN FREE SHIPPING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TIKTOK SHOP DI KOTA
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

IGNASIUS RAHARDIAN KRISNA HADJON

11200879

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen Pada Tanggal 16 Juni 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Agustini Dyah Respati, M.B.A.

(Ketua Tim Penguji)

2. Dr. Heru Kristanto, S.E., M.T.

(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, M.M.

(Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, 25 Juni 2025

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si., CSA., CRP

Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

“ PENGARUH LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT DAN FREE SHIPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TIKTOK SHOP DI KOTA YOYAKARTA (DIY)”

adalah hasil karya saya. Saya juga menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, kecuali bagian sumber informasi yang sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila di kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan tersebut maka saya bersedia menerima sanksi, yaitu skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan.

Yogyakarta, 24 april 2025



Ignasius rahardian krisna hadjon

DUTA WACANA

11200879

HALAMAN MOTTO

“ Bagaimana bisa aku membencimu? Sedangkan tuhanku mencintaimu.”

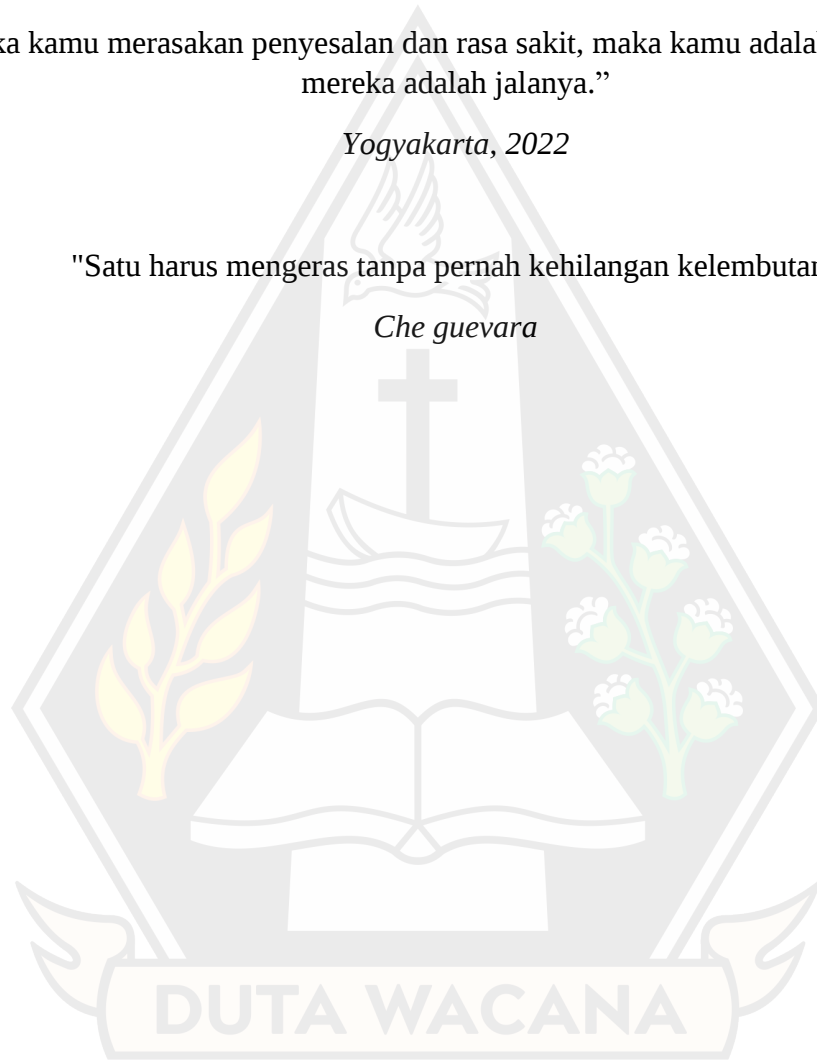
Bunda teresa

“Jika kamu merasakan penyesalan dan rasa sakit, maka kamu adalah cinta dan mereka adalah jalanya.”

Yogyakarta, 2022

"Satu harus mengeras tanpa pernah kehilangan kelembutan."

Che guevara



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis menyelesaikan tugas skripsi ini, sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik dan lancar. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

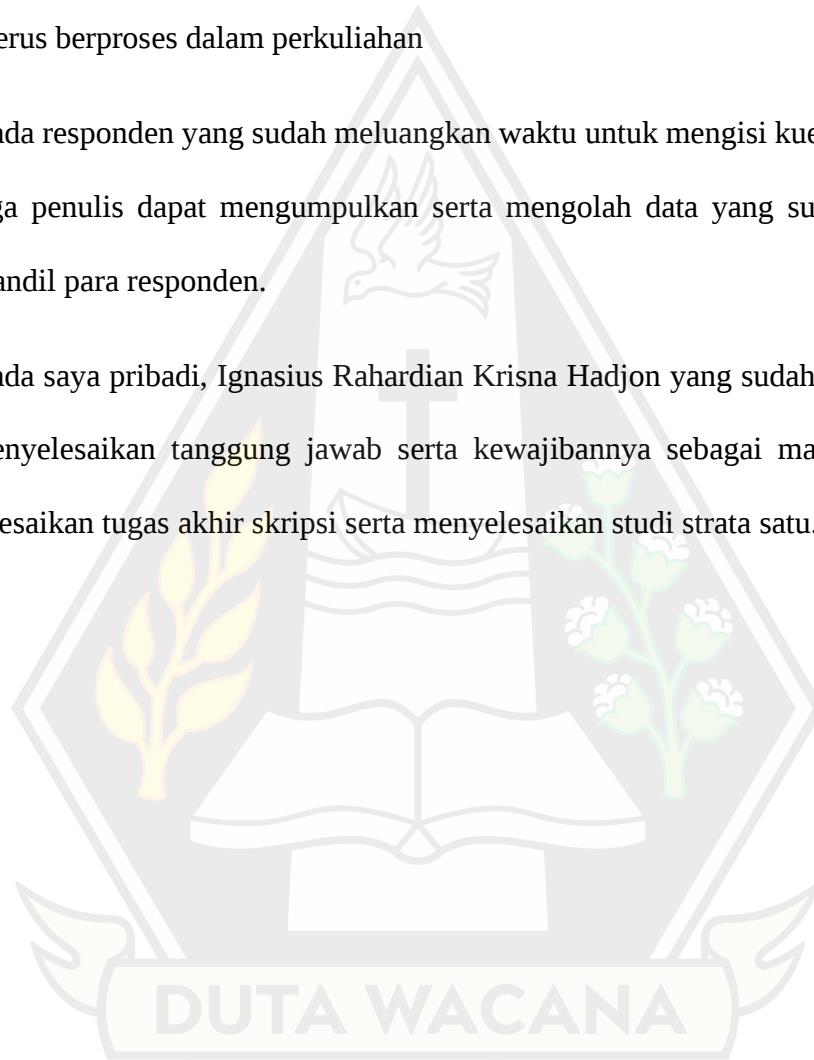
1. Bapa ALLAH, YESUS KRISTUS, dan Bunda MARIA serta para kudus di surga, karena anugrah dan berkat yang selalu menyertai penulis dalam kehidupan penulis, serta menyertai penulis dalam menyelesaikan proses studi strata satu dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Orang Tua, yakni, yang saya cintai Bapak Fransiskus padji mandiri hadjon dan Ibu Sri ardhi rahaju yang selalu mendoakan penulis dan menyemangati penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi strata satu.
3. Kepada Keluarga besar terutama ke dua saudari saya, Geterudis andhayani ratna sabu hadjon, dan Elisabeth ipha diva tulen hadjon yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan studi strata satu.
4. Kepada dosen pembimbing penulis, Bapak Dr. Singgih Santoso, MM yang telah membimbing, serta memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Kepada henry rollings, Eric clapton, Frank sinatra, Bob dyland, serta musisi dan band yang tidak bisa penulis jabarkan satu-satu , yang telah menemani penulis selama mengerjakan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada teman seperjuangan dan teman-teman waibalun suskuber yang sudah menemani penulis berproses menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada teman-teman kuliah penulis, apri, billy, guido serta teman-teman yang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih karena sudah menemani penulis untuk terus berproses dalam perkuliahan

8. Kepada responden yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis, sehingga penulis dapat mengumpulkan serta mengolah data yang sudah terkumpul berkat andil para responden.

9. Kepada saya pribadi, Ignasius Rahardian Krisna Hadjon yang sudah terus berjuang dan menyelesaikan tanggung jawab serta kewajibannya sebagai mahasiswa untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi serta menyelesaikan studi strata satu.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya serta penyertaan-Nya dalam penulisan skripsi ini yang berjudul:

“ Pengaruh Live Streaming, Price Discount dan Free Shipping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop Di Kota Yogyakarta ”

Penelitian ini diselesaikan dengan baik guna memenuhi tugas akhir dan menjadi syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana untuk memperoleh gelar sarjana.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, saya menyadari bahwa saya memiliki kelamahan serta mengalami kesulitan, hambatan dan juga keterbatasan. Oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan, bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, yaitu:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, S.E., M. Si sebagai Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Dr Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing saya yang telah banyak membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
3. Orang tua dan kakak saya tercinta yang tanpa henti memberikan doa, dukungan, dan selalu menjadi motivasi saya untuk terus berkembang menjadi lebih baik.
4. Sahabat dan teman-teman saya serta keluarga besar Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan pelajaran dan dukungan

5. Seluruh responden, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga data yang dibutuhkan dapat terpenuhi dengan baik.



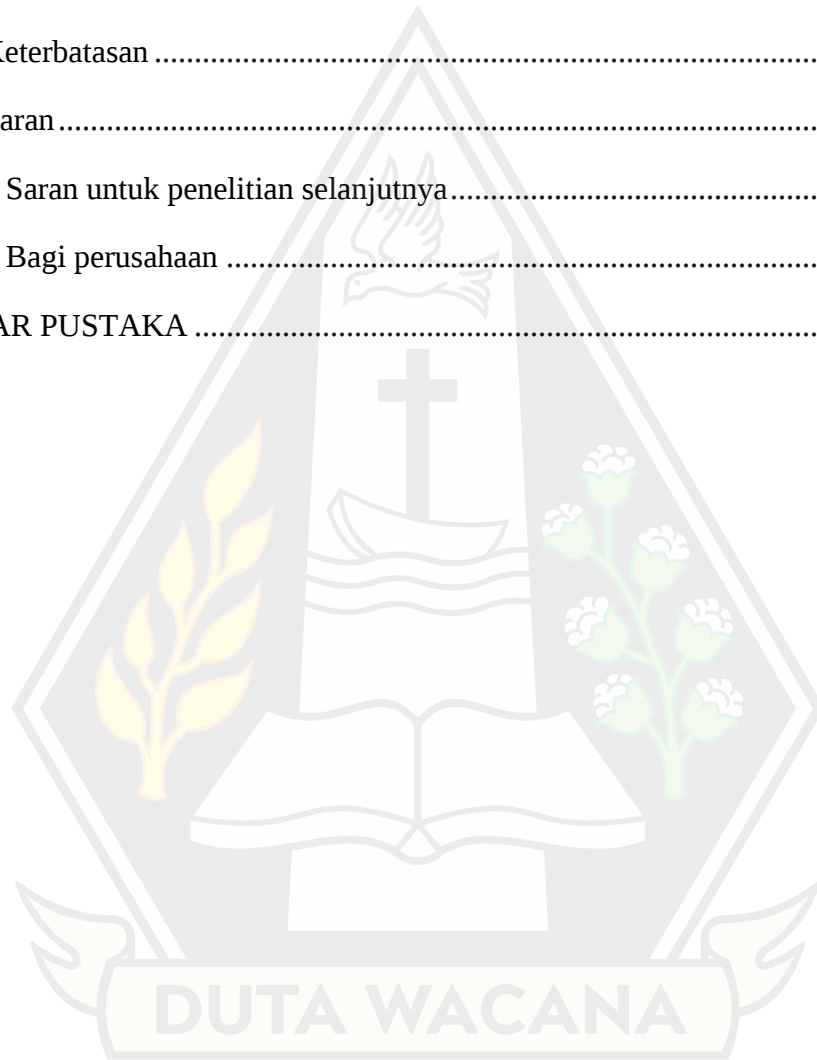
DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KAEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Live Streaming	9
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Live Streaming.....	10
2.1.2 Indikator Live Streaming	11
2.2 Price Discount	12
2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Price Dscount.....	13

2.2.2	Indikator yang Mempengaruhi <i>price discount</i>	14
2.3	Free Shipping	16
2.3.1	Faktor yang Mempengaruhi <i>Free Shipping</i>	17
2.3.2	Indikator yang Mempengaruhi <i>Free Shipping</i>	19
2.4	Keputusan Pembelian	20
2.4.1	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.4.2	Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.5	Penelitian Terdahulu.....	27
2.7	Kerangka Berpikir.....	29
2.6	Pengembangan Hipotesis	29
2.6.1	Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian	29
2.6.2	Pengaruh Price Discount terhadap Keputusan Pembelian	30
2.6.2	Pengaruh Free Shipping terhadap Keputusan Pembelian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.1	Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1	Variabel	35
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.5	Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran Data	38
3.6	Metode Analisis Data	38
3.6.1	Uji validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	40
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.6.4	Uji Determinan (R^2)	42

3.6.5 Uji Simultan (F)	43
3.6.6 Uji t	43
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Uji Instrumen	45
4.1.1 Hasil Uji Validitas	45
4.1.2 Hasil Uji Realibilitas	47
Tabel 4.2 uji reliabel	48
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Jenis responden.....	49
4.2.2 Jenis Kelamin	50
4.2.3 Usia.....	50
4.2.4 Pekerjaan	51
4.2.5 Penghasilan.....	52
4.3 Hasil Uji Hipotesis	53
4.3.1 Anailisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.3.2 Uji Koefesien Determinan (R ²)	55
4.3.3 Uji Simultan (F).....	56
4.3.4 Hasil Uji Parsial (t).....	56
4.4 Pembahasan	58
4.4.1 Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Tiktok Shop	58
4.4.2 Pengaruh Price Discount terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Tiktok Shop	59

4.4.3 Pengaruh Free shipping terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Tiktok Shop	61
BAB V.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan	64
5.3 Saran	65
5.3.1 Saran untuk penelitian selanjutnya.....	65
5.3.2 Bagi perusahaan	65
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1. Uji validitas	46
Tabel 4.2 uji reliabel	48
Tabel 4.3 Alasan membeli pada aplikasi tiktok shop.....	49
Tabel 4.4 data responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Tabel 4.5 data responden berdasarkan usia.....	50
Tabel 4.6 data responden berdasarkan pekerjaan.....	51
Tabel 4.7 data responden berdasarkan penghasilan	52
Tabel 4.8 Hasil analisis regresi linear berganda.....	53
Tabel 4.9 Hasil analisis koefisien determinan (R^2)	55
Tabel 4.10 Hasil analisis uji simultan (f)	56
Tabel 4.11 analisis hasil uji parsial (t)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambal 1. 1 Chart 10 negara dengan penggunaan tiktok terbesar 4

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 29



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER	68
LAMPIRAN 2 DATA KUISIONER.....	72
LAMPIRAN 3 DATA TABULASI RESPONDEN	76
LAMPIRAN 4 ANALISI DESKRIPTIF	81
LAMPIRAN 5 HASIL UJI VALIDITAS DAN REABLITAS	82
LAMPIRAN 6 R TABEL	84
LAMPIRAN 7 UJI REGRESI LINEAR BERGANDA	85
LAMPIRAN 8 HALAMAN PERSETUJUAN.....	86
LAMPIRAN 9 LEMBAR REVISI.....	87
LAMPIRAN 10 REVISI JUDUL.....	88
LAMPIRAN 11 COVER LAMA.....	89
LAMPIRAN 12 SAC.....	90
LAMPIRAN 13 TURNITIN.....	91

**PENGARUH LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT DAN FREE
SHIPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
TIKTOK SHOP DI KOTA YOGYAKARTA**

Ignasius Rahardian Krisna Hadjon

11200879

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: hadjonkrisna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming*, *price discount*, dan *free shipping* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tiktok shop di Kota Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Yogyakarta yang menggunakan aplikasi tiktok shop. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data dengan regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F serta uji t) menggunakan IBM SPSS 25. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *price discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *free shipping* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, secara simultan *live streaming*, *price discount*, dan *free shipping* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi tiktok shop di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : Live streaming, price discount, free shipping, tiktok shop

**THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, PRICE DISCOUNT AND
FREE SHIPPING ON PURCHASING DECISIONS ON TIKTOK SHOP
APPLICATION IN YOGYAKARTA CITY**

Ignasius Rahardian Krisna Hadjon

11200879

Management Department Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: hadjonkrisna@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of live streaming, price discounts, and free shipping on consumer purchasing decisions at TikTok shops in Yogyakarta City. This research method uses a quantitative method. The sample in this study were people in Yogyakarta City who use the TikTok shop application. The sampling technique in this study was non-probability sampling with a sample size of 100 respondents. The data analysis method with multiple linear regression and hypothesis testing (F test and t test) using IBM SPSS 25. From the results of the analysis, it can be concluded that live streaming has a significant effect on purchasing decisions, price discounts do not have a significant effect on purchasing decisions, and free shipping has a significant effect on purchasing decisions, simultaneously live streaming, price discounts, and free shipping have a significant effect on consumer purchasing decisions on the TikTok shop application in Yogyakarta City.

Keywords : Live streaming, price discount, free shipping, tiktok shop

BAB I

PENDAHULUAN

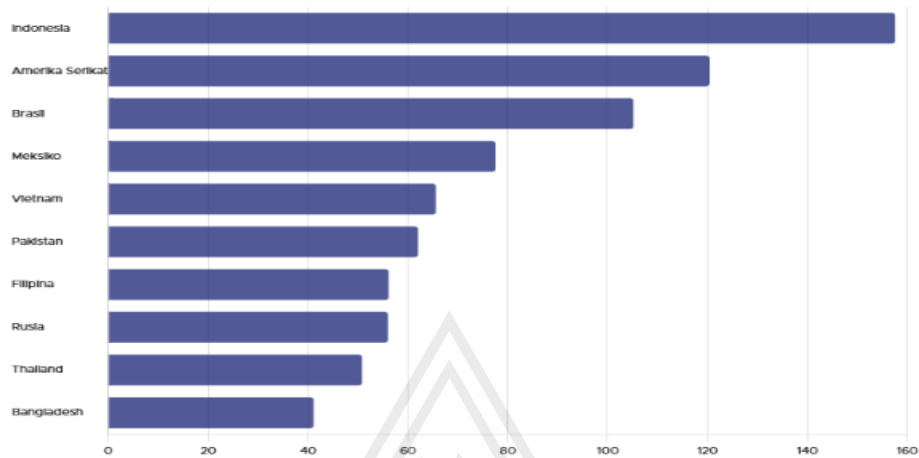
1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisa yang terus maju dan berkembang, terjadi begitu banyak perubahan, terkhususnya dalam bidang teknologi. Salah satu sektor yang mengalami transformasi besar adalah e-commerce, di mana platform media sosial kini berperan penting sebagai saluran perdagangan. Konsep ini dikenal sebagai *social commerce*, yang menggabungkan media sosial dengan fitur belanja daring. Di Indonesia, *social commerce* semakin diminati karena kemudahan akses, interaksi langsung dengan penjual, dan berbagai fitur menarik yang ditawarkan. Menurut survei Populix yang dikutip oleh Ramadhan (2022), 86 persen responden Indonesia pernah berbelanja melalui *social commerce*. TikTok Shop menjadi platform yang paling banyak digunakan (45 persen), mengungguli WhatsApp (21 persen), Facebook Shop (10 persen), dan Instagram Shop (10 persen). TikTok Shop populer di kalangan perempuan, terutama usia 18-25 tahun, dan diproyeksikan akan terus mendominasi pasar. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga menjadi pemain utama dalam ekosistem e-commerce.

10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar Juli 2024

Sumber: DataReportal

GoodStats



Gambar 1.1 Chart 10 negara dengan penggunaan tiktok terbesar

Tiktok merupakan platform media sosial yang paling banyak didownload di Indonesia pada bulan Juli 2024, aplikasi buatan China ini pertama kali meluncurkan fitur TikTok Shop pada tanggal 17 Agustus 2021, TikTok kembali berinovasi dengan menambahkan fitur live streaming pada marketplace TikTok Shop, hal ini semakin mempermudah para konsumen untuk berbelanja tanpa harus berpindah ke aplikasi E-commerce lain seperti, Shopee, Lazada dan Bukalapak dan lainnya. Dengan adanya beberapa marketplace yang tersedia maka masyarakat juga mempertimbangkan berbagai layanan suatu marketplace. Pentingnya Live streaming, Price Discount, dan Free Shipping suatu marketplace berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di platform TikTok Shop.

Kenyamanan menjadi salah satu point utama dalam fitur live streaming, Live streaming merupakan video yang disiarkan secara langsung kepada para penonton. Penonton bisa melihat apa yang dilakukan oleh si penyiar video dalam waktu yang bersamaan. Dikutip dari Singh et al., (2021), Fitur yang baru beberapa tahun

menjadi trend ini sangat mempengaruhi keputusan pembeli, dimana konsumen dapat mengetahui informasi produk yang di jual sebelum melakukan pembelian.

Price Discount adalah salah satu bentuk penghargaan kepada konsumen yang loyal karena setia membeli produk yang dijual oleh usaha tertentu (Ardiansyah & Nurdin, 2020). Namun dengan persaingan yang semakin ketat antar *marketplace* kini *Price Discount* mulai diberikan kepada konsumen baru dengan tujuan untuk menarik perhatian dalam mewujudkan keputusan pembelian, *Price Discount* juga muncul dalam beberapa *live streaming* tiktok shop.

Tjiptono (2008:219) berpendapat bahwa gratis ongkos kirim merupakan bentuk promosi langsung melalui penggunaan insentif yang dapat diatur untuk mendorong pembelian produk dan meningkatkan jumlah produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Selain itu gratis ongkir yang diberikan tergantung dengan jarak yang ditentukan, semakin jauh jarak kirim dari penjual ke pembeli, maka semakin mahal pula biaya kirimnya. Begitu pula sebaliknya, semakin dekat jarak kirimnya maka semakin murah biaya kirimnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Live Streaming*, *Price Discount* dan *Free Shipping* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Titok Shop* Di Yogyakarta (DIY)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- 1) Apakah *Live Streaming* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Titok Shop pada masyarakat di Kota Yogyakarta?
- 2) Apakah *Price Discount* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Tiktok Shop pada masyarakat di Kota Yogyakarta?
- 3) Apakah *Free Shipping* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aplikasi Tiktok Shop pada masyarakat di Kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Live Streaming* terhadap keputusan pembelian di Tiktok Shop pada masyarakat Kota Yogyakarta.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Price Discount* terhadap keputusan pembelian di Tiktok Shop pada masyarakat Kota Yogyakarta.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Free Shipping* terhadap keputusan pembelian di Tiktok Shop pada masyarakat Kota Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Kontribusi bagi penulis

Penelitian ini dilakukan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *Live Streaming*, *Price Discount*, dan *Free Shipping* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Tiktok Shop. Selain itu, harapan penulis dalam penyelesaian penelitian ini diharapkan dapat

membantu penulis menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana S1 dalam bidang manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana.

2) Kontribusi bagi pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi atau sebagai kajian dalam penelitian selanjutnya

3) Kontribusi bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menyediakan informasi tambahan yang signifikan khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran terkait *Live Streaming*, *Price Discount* dan *Free Shipping* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*.

1.5 Batasan Masalah

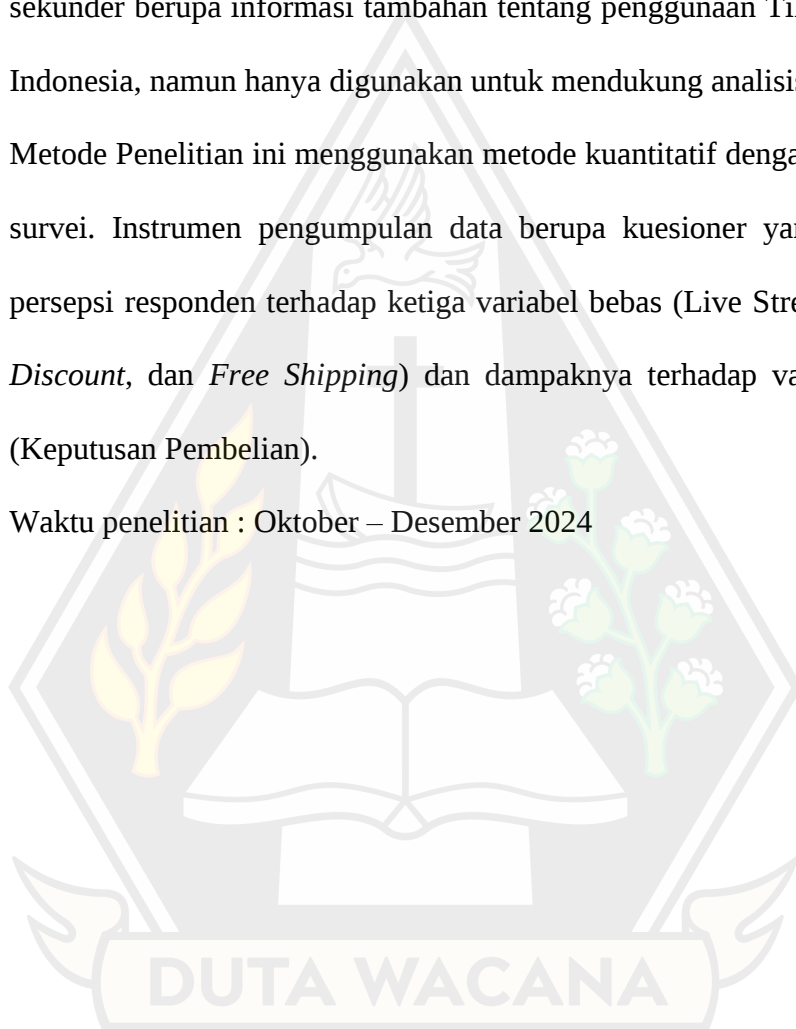
Penelitian ini memiliki beberapa batasan untuk menjaga fokus dan relevansi hasil, yaitu:

- 1) Lokasi Penelitian Penelitian hanya dilakukan di Kota Yogyakarta sebagai area representasi untuk mengevaluasi keputusan pembelian pada aplikasi TikTok Shop. Lokasi lain tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.
- 2) Responden Penelitian Responden yang akan diteliti adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang Pernah menggunakan TikTok sebagai platform social commerce. Pernah melakukan pembelian melalui TikTok Shop .
- 3) Variabel Penelitian Penelitian ini berfokus pada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat:

Variabel Bebas (X): *Live Streaming*, *Price Discount*, *Free Shipping*

Variabel Terikat (Y): Keputusan Pembelian.

- 4) Platform Penelitian Penelitian hanya berfokus pada TikTok Shop sebagai platform social commerce yang dianalisis. Marketplace lain seperti Shopee, Lazada, atau Instagram Shop tidak termasuk dalam penelitian ini.
- 5) Data Penelitian Data yang digunakan mencakup: Data primer yang dikumpulkan melalui survei terhadap responden yang sesuai kriteria. Data sekunder berupa informasi tambahan tentang penggunaan TikTok Shop di Indonesia, namun hanya digunakan untuk mendukung analisis.
- 6) Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang mengukur persepsi responden terhadap ketiga variabel bebas (*Live Streaming*, *Price Discount*, dan *Free Shipping*) dan dampaknya terhadap variabel terikat (*Keputusan Pembelian*).
- 7) Waktu penelitian : Oktober – Desember 2024



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh variabel live streaming, price discount, dan free shipping terhadap keputusan pembelian pelanggan pada aplikasi TikTok Shop, baik secara kolektif maupun individual, berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa:

1. Variabel Live Streaming (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh sebab itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Live Streaming memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima.
2. Variabel Price Discount (X2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa Price Discount memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak dapat diterima.
3. Variabel Free Shipping (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Free Shipping memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dapat diterima.
4. Hasil uji F model regresi linear berganda menunjukkan variabel Live Streaming (X1), Price Discount (X2), dan Free Shipping (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel

Keputusan Pembelian (Y). Hasil Adjusted R-Square menunjukkan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,342, dan sisanya sebesar 0,658 dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, variabel Live Streaming, Price Discount, dan Free Shipping secara simultan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti terhadap proses penelitian, terdapat beberapa keterbatasan dan faktor yang mungkin menjadi perhatian bagi peneliti selanjutnya. Tentunya, penelitian ini memiliki kelemahan yang kiranya dapat diperbaiki pada penelitian berikutnya. Beberapa keterbatasan penelitian antara lain:

- a. Dalam proses pengambilan data melalui kuesioner, terkadang responden tidak menunjukkan pendapat yang sebenarnya. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan pemikiran, pemahaman, serta anggapan yang berbeda antara satu responden dengan responden lainnya. Selain itu, faktor kejujuran dalam pengisian kuesioner oleh beberapa responden juga memengaruhi keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian.
- b. Dengan keterbatasan lokasi penelitian yang hanya dilakukan di Kota Yogyakarta, terkadang hasil data responden belum sepenuhnya mewakili populasi secara keseluruhan.

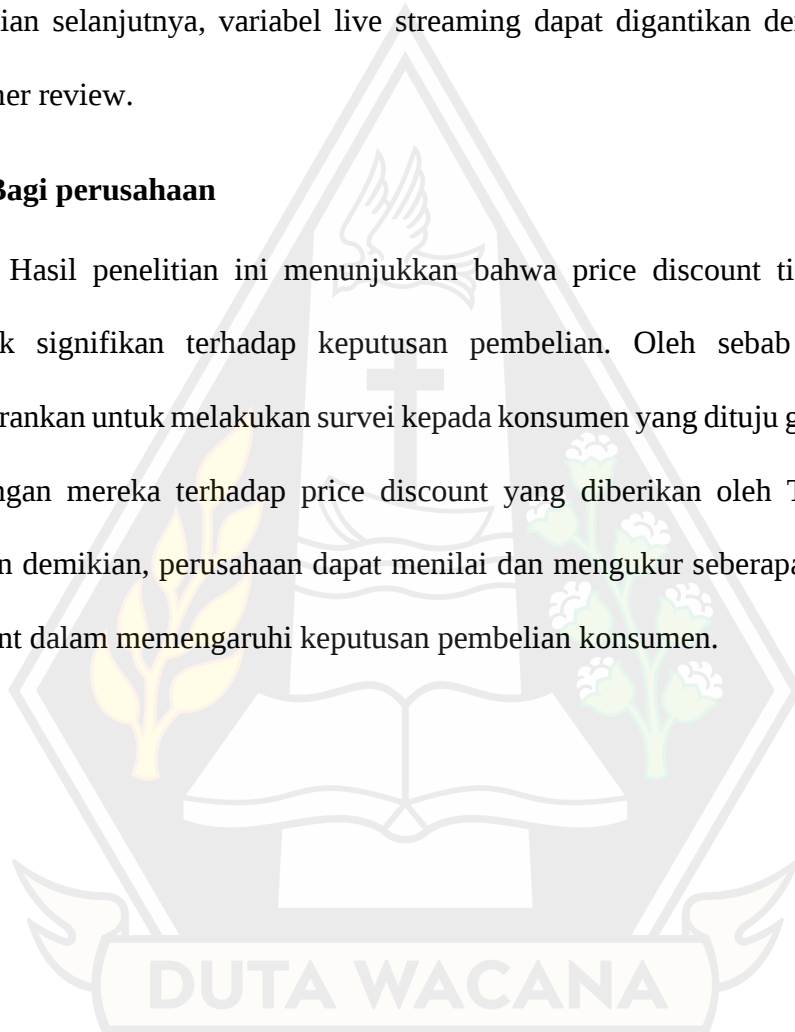
5.3 Saran

5.3.1 Saran untuk penelitian selanjutnya

Untuk meningkatkan hasil penelitian selanjutnya, disarankan kepada peneliti untuk mempertimbangkan variabel yang lebih beragam. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih baik dalam penelitian tersebut. Pada penelitian selanjutnya, variabel live streaming dapat digantikan dengan variabel customer review.

5.3.2 Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa price discount tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan untuk melakukan survei kepada konsumen yang dituju guna menggali pandangan mereka terhadap price discount yang diberikan oleh TikTok Shop. Dengan demikian, perusahaan dapat menilai dan mengukur seberapa efektif price discount dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, V., & Riofita, H. (2024). Pengaruh strategi pemasaran live Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, [online] 6(2). <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/article/view/1421>
- data g. 10 negara dengan pengguna tiktok terbesar, indonesia urutan berapa? goodstats data. published 2024.
- Fauzan, M. F., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh flash sale, free shipping promotion dan online customer rating terhadap keputusan pembelian kalangan generasi Z pada produk beauty and care di aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, [online] 10(04), 474–485. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10521741>
- feby della jayanti, sangadji em, nunuk indarti. pengaruh price discount dan penawaran khusus gratis ongkos kirim di shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas pgri wiranegara pasuruan. *musytari : jurnal manajemen, akuntansi, dan ekonomi*. 2024;8(8):131-140.
- Hina, B., Damanik, D., Khristina, E., Susila, M. R., Kholisoh, L., Hamidi, Z., Made, I., Irfan, D. A. A., Posmaningsih, S. K. M., & Suiroaka, I. P. (2024). *Statistika II*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis persepsi promosi gratis ongkos kirim (ongkir) Shopee terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1011>
- Jayanti, F. D., Sangadji, E. M., & Indarti, N. (2024). Pengaruh price discount dan penawaran khusus gratis ongkos kirim di Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, [online] 8(8), 131–140. <https://doi.org/10.8734/musytari.v8i8.5872>
- kenzy ramadhan, rian rahmat ramadhan, hardilawati wl. pengaruh gratis ongkir, discount, dan pembayaran cash on delivery (cod) terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop (studi kasus pada mahasiswa pengguna tiktok shop di universitas muhammadiyah riau). *prosiding seminar nasional ekonomi, bisnis & akuntansi*. 2023;3:588-601. accessed may 1, 2025.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- listia rahma yuni, bayu eko broto, florentina e. pengaruh discount, kualitas produk, gratis ongkir dan live streaming terhadap keputusan pembelian pengguna tiktok shop. *jurnal mirai management*. 2023;8(3).

- nugraha dwi permana, rinaldi. view of the influence of digital marketing and price discounts on cokroaminoto university yogyakarta students' purchasing decisions on the shopee shopping platform. *interdisiplin.my.id*. published july 27, 2024. accessed february 1, 2025.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- purnomo n, arwana d. pengaruh live streaming selling, diskon, gratis ongkir dan cash on delivery terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *budgeting : journal of business, management and accounting*. 5(2).
- rahmayanti s, dermawan r, manajemen u, pembangunan n, veteran, timur j. seiko : journal of management & business pengaruh live streaming, content marketing, dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop di surabaya. *seiko : journal of management & business*. 2023;6(1):337-344.
- Ramadhan, R. (2022). Survei: 45% masyarakat Indonesia doyan belanja di TikTok Shop. *Kumparan*. <https://kumparan.com/kumparantech/survei-45-masyarakat-indonesia-doyan-belanja-di-tiktok-shop-1yuKNSdzT2z>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh harga, keragaman produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, [online] 10(5). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017>
- Salsabila, R., Soemitra, A., & Aisyah, S. (2024). The impact of price discount, free shipping, and live streaming on consumer purchase intention on TikTok Shop. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, [online] 29(1). <https://doi.org/10.20961/jkb.v29i1.87274>
- Sari, E. (2022). Pengaruh promosi gratis ongkos kirim, online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi pada mahasiswa prodi manajemen Universitas HKBP Nommensen Medan). *Repository UHN*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6230>
- Satriadi, S. A. P., Moeins, A., Agusven, M., Tubel, S., Sjukun, S., Sumardin, S., & Sumardin, S. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV Azka Pustaka.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Wujarso, R., Sumardi, B., Pitoyo, B. S., Gentari, K., Pratiwidewi, M., Dameria N, R., Sukarno, Handaka, R. D., Andharta, R., Susilawati, R., Rachbini, W., & Prakoso, R. (2023). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif*. Asadel Liamsindo Teknologi.