

**PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL
KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC
MAHASISWA DI SEMARANG**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
DIYAH YULIANA
NIM. 201211004**

**FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
UNGARAN
2025**

**PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL
KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC
MAHASISWA DI SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat
Sarjana S1 Program Studi Bisnis Digital**



**Disusun Oleh :
DIYAH YULIANA
NIM. 201211004**

**FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
UNGARAN
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL
KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC
MAHASISWA DI SEMARANG**

Disusun oleh:
DIYAH YULIANA
201211004

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah diperiksa dan disetujui pembimbing oleh pembimbing serta telah
diperkenankan untuk diujikan

Hari : Kamis
Tanggal : 6 Februari 2025

Ungaran, 6 Februari 2025

Dosen pembimbing



Abdul Aziz, S.E., M.M.
NIDN. 0626019301

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC MAHASISWA DI SEMARANG

Oleh:

DIYAH YULIANA

201211004

Telah diperiksa dan diujikan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi S1
Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Februari 2025

Ketua/Pembimbing Utama

Abdul Aziz, S.E., M.M
NIDN. 0626019301

Anggota/Penguji 1

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M
NIDN. 0623039202

Dekan Fakultas



Budiah, S.Pd., M.Pd
NIDN. 15.070382.07.05.06

Anggota/Penguji 2

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0623059302

Ketua Program Studi

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0623059302

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Diah Yuliana
NIM : 201211004
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi, Hukum dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir berjudul **"PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC MAHASISWA DI SEMARANG"** adalah hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun.
2. Tugas akhir ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi/Karya Tulis Ilmiah ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya sebut dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 10 Maret 2025



Diah Yuliana

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diyah Yuliana

NIM : 201211004

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menyatakan memberi kewenangan kepada Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, mengalih media/format, merawat mempublikasikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Produk Skintific Mahasiswa di Semarang” untuk kepentingan akademik.

Ungaran, 10 Maret 2025

Penulis



Diyah Yuliana

RIWAYAT HIDUP

Nama : Diyah Yuliana
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 6 Juli 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl Semirang Indah Gogik Rt 04/ Rw 01 Kecamatan
Ungaran Barat, Kab Semarang
Alamat e-mail : diyahyuli673@gmail.com

Riwayat pendidikan

1. MI Gogik, 2009-2015
2. MTS Al-Uswah Bergas, 2015-2018
3. MA Banat Tajul Ulum Brabo, 2018-2021
4. S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora
Universitas Ngudi Waluyo, 2021-2025

Pengalaman organisasi :

1. Organisasi hafidz Qur'an, 2015
2. Himpunan Mahasiswa Bisnis Digital sebagai Bendahara, 2022
3. Unit Kegiatan Mahasiswa UKKI sebagai ketua divisi syi'ar,
2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC MAHASISWA DI SEMARANG”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi Sarjana Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo. Seiring dengan selesainya tugas akhir ini, penulis dengan hormat dan rendah hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan bimbingan, hidayah, kekuatan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
2. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
3. Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
4. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.
5. Abdul Aziz, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, saran serta nasehat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh dosen Universitas Ngudi Waluyo yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan dan seluruh staff yang bekerja di Universitas Ngudi Waluyo
7. Keluarga tercinta Bapak Jariyadin dan Ibu Inayah serta adik-adik tercinta Naya Noviyana dan Fanesa Meisila yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terimakasih atas segala bantuan untuk memudahkan menyelesaikan penyusunan skripsi ini Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir dapat bermanfaat bagi kita semua

ABSTRAK

PENGARUH SHOPEE LIVE DAN PROMO TANGGAL KEMBAR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC MAHASISWA DI SEMARANG

Diyah Yuliana

Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo

Diyahyuli673@gmail.com

Dosen pembimbing :
Abdul Aziz, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar terhadap Minat Beli Produk Skintific di kalangan mahasiswa Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*, dan teknik pengambilan sampel purposive sampling terhadap 196 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee Live memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai $t\text{-hitung } 5.347 > t\text{-tabel } 1.972$ dan signifikansi 0.000, sementara Promo Tanggal Kembar juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai $t\text{-hitung } 7.192 > t\text{-tabel } 1.972$ dan signifikansi 0.000. Secara simultan, kedua variabel ini juga berpengaruh terhadap Minat Beli berdasarkan hasil uji F ($F\text{-hitung } 190.206 > F\text{-tabel } 3.04$, $\text{sig} = 0.000$). Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.663 menunjukkan bahwa 66.3% variabel Minat Beli dijelaskan oleh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar, sedangkan 33.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur Shopee Live dan strategi promo berbasis waktu dapat meningkatkan daya tarik produk di *platform e-commerce*, khususnya bagi mahasiswa. Oleh karena itu, Shopee dan Skintific disarankan untuk lebih mengoptimalkan fitur Shopee Live dengan interaksi yang lebih intensif, serta memberikan promosi yang lebih menarik saat event tanggal kembar berlangsung. Sementara itu, konsumen disarankan untuk lebih selektif dalam memanfaatkan promo agar pembelian tetap efektif dan sesuai kebutuhan.

Kata Kunci: Shopee Live, Promo Tanggal Kembar, Minat Beli, *E-Commerce*, Skintific.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SHOPEE LIVE AND DOUBLE DATE PROMOTIONS ON PURCHASE INTENTION OF SKINTIFIC PRODUCTS AMONG STUDENTS IN SEMARANG

Diyah Yuliana

Faculty of Economics, Law and Humanities, Universitas Ngudi Waluyo

Diyahyuli673@gmail.com

Advisor :

Abdul Aziz, S.E., M.M.

The research method used is a quantitative approach with an explanatory research design, and the sampling technique used is purposive sampling with 196 respondents. Data was collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results show that Shopee Live has a significant influence on Purchase Intention, with a t-value of 5.347 > t-table 1.972 and a significance level of 0.000. Similarly, Double Date Promotions also have a significant influence on Purchase Intention, with a t-value of 7.192 > t-table 1.972 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables significantly influence Purchase Intention, as shown by the F-test results (F-value 190.206 > F-table 3.04, sig = 0.000). The coefficient of determination (R^2) is 0.663, indicating that 66.3% of Purchase Intention is explained by Shopee Live and Double Date Promotions, while the remaining 33.7% is influenced by other factors not examined in this study. These findings indicate that Shopee Live features and time-based promotional strategies can enhance product attractiveness on e-commerce platforms, particularly among students. Therefore, Shopee and Skintific are advised to optimize the Shopee Live feature by increasing interactive engagement and offering more attractive promotions during double date events. Meanwhile, consumers are encouraged to be more selective in utilizing promotions to ensure that their purchases remain effective and aligned with their needs.

Keywords: *Shopee Live, Double Date Promotions, Purchase Intention, E-Commerce, Skintific.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Shopee Live.....	8
2.1.1 Indikator Live Streaming Selling	9
2.2 Promo Tanggal Kembar.....	10
2.2.1 Pengertian Promo Tanggal Kembar	10
2.2.2 Jenis-Jenis Promo Pada Tanggal Kembar	12
2.3 Minat Beli	15
2.3.1 Pengertian Minat Beli	15
2.3.2 Indikator Minat Beli.....	16
2.4 Pengaruh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar terhadap Minat Beli.....	17

2.4.1	Pengaruh Shopee Live Terhadap Minat Beli	17
2.4.2	Pengaruh Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli.....	18
2.5	Penelitian Terdahulu	19
2.6	Kerangka Berfikir	21
2.7	Konsep Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Lokasi dan Periode Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1	Populasi.....	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Sumber Data	27
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6.1	Pengukuran Variabel Penelitian	30
3.7	Metode Analisis Data	30
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif	31
3.7.2	Uji Validitas	31
3.7.3	Uji Reliabilitas	32
3.7.4	Uji Normalitas.....	33
3.7.5	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.6	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.8	Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1	Profil Singkat Skintific.....	37
4.1.2	Logo Perusahaan	38
4.1.3	Produk Skintific	38
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1	Umur Responden.....	40
4.2.2	Jenis Kelamin Responden	41
4.2.3	Pendidikan Terakhir Responden	41

4.3 Analisis Data.....	42
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif	42
4.3.2 Uji Instrumen	43
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda	49
4.3.5 Uji Hipotesis	50
4.4 Pembahasan	55
4.4.1 Pengaruh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Produk Skintific	56
4.4.2 Pengaruh Shopee Live Terhadap Minat Beli Produk Skintific	58
4.4.3 Pengaruh Promo Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Produk Skintific	60
4.4.4 Pengaruh Shopee Live dan Promo Tanggal Kembar Secara Simultan Terhadap Minat Beli Produk Skintific.....	61
4.4.5 Implikasi Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	27
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian	30
Tabel 4. 1 Umur Responden	40
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden	41
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	42
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Uji Validitas	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 7 Output SPSS Uji Normalitas	46
Tabel 4. 8 Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 9 Output SPSS Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 10 Output SPSS Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 11 Output SPSS Uji T Partial	51
Tabel 4. 12 Output SPSS Uji F Simultan	52
Tabel 4. 13 Hasil Output Uji Koefisien Kolerasi	53
Tabel 4. 14 Output SPSS Koefisien Determinasi	54
Tabel 4. 15 Output SPSS Koefisien Determinasi Partial	54
Tabel 4. 16 Perhitungan Koefisien Determinasi Partial	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fitur Live Streaming	2
Gambar 1. 2 Persaingan E-Commerce Indonesia, 2023	3
Gambar 2. 1 Tampilan Shopee Live	8
Gambar 4. 1 Logo Skintific.....	38
Gambar 4. 2 Produk Skintific	38
Gambar 4. 3 Plot Normalitas.....	45
Gambar 4. 4 Histogram Normalitas	46
Gambar 4. 5 Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Angket Penelitian	75
Lampiran 3 Daftar pernyataan kuesioner	76
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuesioner	79
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	92
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	97
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian	98
Lampiran 8 Surat Bebas Plagiasi	99

