

**PENGARUH LIVE SHOPPING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC (STUDI KASUS MAHASISWA
DIPLOMA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK
NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

OLEH:

**Amanda Putri Gianti
NPM 062130601504**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2024**

**PENGARUH LIVE SHOPPING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC (STUDI KASUS MAHASISWA
DIPLOMA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK
NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**AMANDA PUTRI GIANTI
NPM 062130601504**

Menyetujui,

Palembang, 2 Agustus 2024

Pembimbing I,

**Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res M
NIP 196008061989101001**

Pembimbing II,

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Putri Gianti
NPM : 062130601504
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Live Shopping TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Demngan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsenkuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 12 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Amanda Putri Gianti
NPM 062130601504

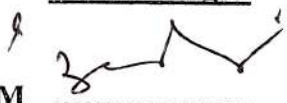
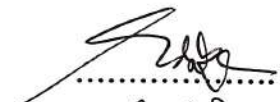
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Amanda Putri Gianti
NPM : 062130601504
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Live Shopping TikTok terhadap
Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi
Kasus Mahasiswa Diploma Jurusan Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 2 Agustus 2024

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. A. Jalaludin Sayuti S.E., M.Hum.Res M Ketua Penguji		<u>22 Juli 2024</u>
2.	Munparidi S.E., M.Si Anggota Penguji		<u>24 Juli 2024</u>
3.	Dr. Marieska Lupikawaty S.E., M.M Anggota Penguji		<u>22 Juli 2024</u>
4.	M. Yusuf S.E., M.Si., Ph.D Anggota Penguji		<u>24 Juli 2024</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah Ayat 5)

“ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu Maka dia berada di jalan allah”.

(HR. Turmudzi)

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11).

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-Saudaraku**
- **Sahabat-Sahabat Terbaikku**
- **Teman-Teman Kelas 6ND 2024**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Pengaruh Live Shopping TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Kasus Mahasiswa Diploma Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Adapun tujuan Laporan Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat wajib menyelesaikan Program Diploma III pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini akan membahas tentang Pengaruh Live Shopping TikTok terhadap Keputusan Pembelian. Laporan Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik atas bantuan secara moril maupun materi, bimbingan dan saran dari berbagai pihak khususnya Jurusan Administrasi Bisnis serta Dosen Pembimbing penulis di Jurusan Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun Laporan Akhir ini, Penulis berharap adanya kritik dan saran dari pihak-pihak yang terkait yang bersifat membangun guna memperbaiki Laporan Akhir ini. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bisa bermanfaat bagi Penulis dan bagi semua Pihak.

Palembang, 12 Juli 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan lancar. Penulis menyadari bahwa Laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan masukan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Beny Bandanadjaja, S.T., M.T. selaku Plt. Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.Ab., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku sekretaris Jurusan Administrasi Binsu Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan akhir.
5. Bapak Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res M., Selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Kepada semua Dosen pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan Ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya
7. Kepada seluruh Staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian Laporan Akhir.
8. Orang tua Penulis, Bapak Sugianto dan Ibu Yeti Komalasari serta Saudara penulis Oca Dwinova Gianti dan Rara Hafisa Gianti yang senantiasa mendukung, mendoakan serta memberikan semangat dan bantuan serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis.
9. Dwi Anugrah Mahardhika, yang telah membantu, memberikan motivasi, serta mendukung penulis dalam penyelesaian Laporan Akhir sampai hari ini

10. Sahabat-sahabat penulis, Meida Rostia, Rahma Jingga dan Natasya Aritonang yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam pembuatan Laporan Akhir.
11. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya kelas 6ND Angkatan 2021 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang telah memberi bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat lindungan-Nya Aamiin.

Palembang, 12 Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah sebuah fenomena yang terjadi pada brand kecantikan Somethinc. Somethinc merupakan salah satu brand kecantikan lokal Indonesia yang memproduksi skincare, make up hingga tools kecantikan. Banyaknya persaingan antara brand-brand kecantikan lainnya, membuat Somethinc harus lebih gencar untuk melakukan promosi dan pemasaran mengenai produk-produknya. Somethinc menggunakan media sosial TikTok sebagai mediana untuk melakukan promosi dan pemasaran. Pengguna aktif TikTok mencapai angka yang sangat tinggi, Ini menciptakan peluang besar bagi Somethinc untuk memanfaatkan platform ini sebagai strategi pemasaran mereka. Salah satu cara memanfaatkannya ialah dengan menggunakan fitur *Live Shopping*. Fitur *live shopping* merupakan fitur unggulan TikTok dimana fitur ini memungkinkan penjual berinteraksi langsung dengan calon pembeli melalui ruang virtual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Live Shopping TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data penelitian adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Diploma Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang merupakan konsumen produk somethinc dan pernah menonton *live shopping* brand Somethinc. Jumlah sampel sebanyak 85 responden, pemilihan sampel menggunakan jenis *simple random sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Live Shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk somethinc.

Kata Kunci: Live Shopping, TikTok, Keputusan Pembelian, Somethinc

ABSTRACT

The background of this study is a phenomenon that occurs to the beauty brand Somethinc. Somethinc is one of Indonesia's local beauty brands that produces skincare, makeup, and beauty tools. The high competition between other beauty brands forces Somethinc to be more aggressive in promoting and marketing its products. Somethinc uses social media TikTok as its media for promotion and marketing. Active TikTok users have reached a very high number, especially among young people, including students. This creates a great opportunity for Somethinc to utilize this platform in their marketing strategies. One way to utilize it is by using the Live Shopping feature. The live shopping feature is a superior TikTok feature where this feature allows sellers to interact directly with potential buyers through a virtual room. This study aims to determine the Effect of TikTok Live Shopping on the Purchase Decision of Somethinc Products. The research method used is quantitative. The data collection technique is a questionnaire. The population in this study is students of the Diploma Program in Business Administration at Sriwijaya State Polytechnic who are consumers of Somethinc products and have watched the Somethinc brand live shopping. The number of samples is 85 respondents, the sample selection uses a simple random sampling type. The data analysis technique in this study is Simple Regression Analysis. The results of this study show that Live Shopping has a positive and significant effect on the purchase decision of Somethinc products.

Keywords: Live Shopping, TikTok, Purchase Decision, Somethinc

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Tujuan Penelitian	9
1.4.2 Manfaat Penelitian	9
1.5 Metode Penelitian.....	10
1.5.1 Pendekatan Penelitian	10
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	10
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	11
1.5.4 Populasi dan Sampel	13
1.5.5 Operasional Variabel	17
1.5.6 Analisis Data	18
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran Digital	23
2.2 Media Sosial	23
2.3 Tiktok.....	24

2.3.1	Pengertian Tiktok.....	24
2.3.2	Strategi Pemasaran Tiktok.....	24
2.3.3	Fitur-Fitur Penjualan Pada TikTok	26
2.4	Live Shopping	27
2.5	Keputusan Pembelian.....	32
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN		
3.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
3.2	Visi dan Misi Perusahaan	37
3.2.1	Visi Perusahaan	37
3.2.2	Misi Perusahaan	37
3.3	Logo Perusahaan	38
3.4	Susunan Struktur Organisasi Perusahaan	38
3.5	Produk Somethinc	39
3.5.1	Skincare Somethinc	39
3.5.2	Make-up.....	42
3.6	Profil Responden	44
3.6.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	44
3.6.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	47
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
4.2.1	Uji Validitas	53
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	55
4.3	Hasil Penelitian.....	56
4.3.1	Uji Analisis Regresi Sederhana.....	59
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R²).....	57
4.3.3	Koefisien Korelasi.....	
	Error! Bookmark not defined.	
4.3.4	Uji t (Uji Parsial).....	56
4.4	Pengaruh Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengikut Brand-Brand Kecantikan di TikTok	5
Tabel 1.2 Skala Likert	13
Tabel 1.3 Tabel Total Jumlah Mahasiswa Diploma Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	14
Tabel 1.4 Tabel Operasional Variabel	17
Tabel 1.5 Interpretasi Koefisien Korelasi	21
Tabel 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Semester	46
Tabel 4.1 Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Live Shopping (X).....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.5 Hasil Uji t (Uji Parsial)	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.7 Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia dari tahun 2020-2022	1
Gambar 1.2 Negara dengan Pengguna Tiktok Terbesar Per Januari 2024	2
Gambar 1.3 <i>Live Shopping</i> @Somethincofficial di Tiktok.....	4
Gambar 1.4 Produk Skincare yang Paling Banyak Ditonton di Tiktok	5
Gambar 1.5 Usia Pengguna TikTok.....	7
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	38
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
Gambar 3.3 Produk <i>Face Cleanser</i> Somethinc.....	40
Gambar 3.4 Produk <i>Toner</i> Somethinc.....	40
Gambar 3.5 Produk <i>Serum</i> Somethinc.....	41
Gambar 3.6 Produk <i>Sunscreen</i> Somethinc	41
Gambar 3.7 <i>Eye Make-up</i> Somethinc.....	42
Gambar 3.8 Produk <i>Complexion Base</i> Somethinc	43
Gambar 3.9 Produk <i>Face Make-up</i> Somethinc	43
Gambar 3.10 Produk <i>Lips</i> Somethinc	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data

Lampiran 2 Hasil Uji dengan SPSS versi 26

Lampiran 3 r Tabel

Lampiran 4 t Tabel

Lampiran 3 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir

Lampiran 4 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 5 Lembar Disposisi

Lampiran 6 Lembar Kesepakatan Pembimbing 1

Lampiran 7 Lembar Kesepakatan Pembimbing 2

Lampiran 8 Lembar Konsultasi Pembimbing 1

Lampiran 9 Lembar Konsultasi Pembimbing 2

Lampiran 10 Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan/Instansi

Lampiran 11 Lembar Revisi Laporan akhir

Lampiran 12 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir

Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian