

**ANALISIS *LIVE STREAMING E-COMMERCE* SHOPEE PADA
SKINCARE SKINTIFIC
(STUDI GENERASI Z DI JABODETABEK)**

BELLA AMALIAH

1702521027



**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI D4 PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE ANALYSIS OF SHOPEE E-COMMERCE LIVE
STREAMING ON SKINTIFIC SKINCARE PRODUCTS
(STUDY ON GENERATION Z IN JABODETABEK)***

BELLA AMALIAH

1702521027



*This thesis was prepared as one of the requirements for obtain a
Bachelor's Degree (D4) of Digital Marketing at Faculty of Economics and
Businnes, State University of Jakarta*

D4 DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINNES

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

BELLA AMALIAH. Analisis *Live Streaming E-Commerce* Shopee Pada *Skincare* Skintific (Studi Generasi Z Di Jabodetabek): Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas *live streaming e-commerce* Shopee pada *skincare* Skintific. Menggunakan metode penelitian kuantitatif yang diukur dengan skala *likert*. Populasi yang digunakan adalah pengguna *live streaming e-commerce* Shopee yang pernah menonton dan membeli *skincare* Skintific pada *live streaming*, serta kelompok usia Generasi Z yang berdomisili di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebanyak 96 responden yang diperoleh dari penyebaran kusioner kepada responden secara *online* melalui *Google Form*. Teknik analisis penelitian ini yaitu menggunakan *software* SPSS (*Stastical Program for Social Sciene*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas, interaktivitas, dan kekayaan media pada *live streaming* berpengaruh pada *audiens* yang ingin membeli produk pada *live streaming*.

Kata kunci: *live streaming*, kredibilitas, interaktivitas, kekayaan media



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

BELLA AMALIAH. *Analysis of Shopee E-Commerce Live Streaming on Skintific Skincare (Generation Z Study in Jabodetabek): Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta 2024.*

This study aims to determine how the effectiveness of Shopee e-commerce live streaming on Skintific skincare. Using quantitative research methods measured by a Likert scale. The population used is Shopee e-commerce live streaming users who have watched and purchased Skintific skincare on live streaming, as well as the Generation Z age group who live in Jabodetabek. The sampling technique for this study used purposive sampling as many as 96 respondents were obtained. The analysis technique of this research is using SPSS (Statistical Program for Social Science) software. The results of this study indicate that credibility, interactivity, and media richness on live streaming affect audiences who want to buy products on live streaming.

Keywords: live streaming, credibility, interactivity, media richness



Intelligentia - Dignitas

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bella Amaliah

NIM : 1702521027

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Live Streaming E-commerce Shopee pada Skincare Skintific (Studi Generasi Z di Jabodetabek)" ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar pustaka

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 31 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Bella Amaliah

NIM. 1702521027






Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Bizan, M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Solikhah, M.M. NIP. 196206231990032001 (Ketua)		08 Februari 2025
2	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP. 198702092015042001 (Penguji 1)		08 Februari 2025
3	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, SE, M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Penguji 2)		08 Februari 2025
4	Agung Kresnamurti Rivai P ST., M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 1)		08 Februari 2025
5	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP. 198507232010121002 (Pembimbing 2)		08 Februari 2025

Nama : Bella Amaliah
No. Registrasi : 1702521027
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 08 Februari 2025

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bella Amaliah
NIM : 1702521027
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/D4 Pemasaran Digital
Alamat email : bellaamalia944@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul : Analisis Live.Streaming E-Commerce Shopee Pada Skincare Skintific (Studi Generasi Z Di Jabodetabek)

.....
.....
.....

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2025

(Bella Amaliah)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Allamin, dengan penuh rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti kepada peneliti. Skripsi ini merupakan hasil perjuangan dan dedikasi saya dalam meraih gelar sarjana terapan Manajemen di Universitas Negeri Jakarta

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti rasa sayang dan cinta kepada mamah dan papah yang telah mengorbankan dan memberikan seluruh dunianya kepada anak perempuan satu-satunya di keluarga. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Agung Kresnamurti Rivai dan Bapak Muhammad Fawaiq, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan mengarahkan saya. Tak lupa, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan selama diperkuliahan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi sumbangsih kecil bagi kemajuan Universitas Negeri Jakarta.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Live Streaming E-Commerce* Shopee Pada *Skincare Skintific* (Studi Generasi Z Di Jabodetabek)”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu proses peneliti dalam meraih gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan skripsi ini tidak dapat diraih tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang telah banyak membantu peneliti, serta memberikan *support* dan memfasilitasi mahasiswa Pemasaran Digital selama penyusunan skripsi ini.
3. Agung Kresnamurti Rivai P ST., M.M selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan dukungan, waktu, arahan, motivasi, dan pemikiran selama penyusunan skripsi berlangsung. Dan sudah banyak membantu peneliti untuk lulus lebih cepat.
4. Muhammad Fawaiq selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan dukungan, waktu, arahan, motivasi, dan pemikiran selama penyusunan skripsi berlangsung.

5. *Ma first love* Papah tersayang Nurhadi dan malaikat tanpa sayap Mamah tercinta yang telah mendidik, membiayai, membimbing, dan harta sesungguhnya yang peneliti punya. Terimakasih atas segala pengorbanan serta doa yang telah engkau panjatkan sehingga peneliti bisa menyelesaikan pendidikan dengan baik.
6. Terimakasih kepada sahabat terbaik selama perkuliahan Mayang Fauny, Delvi Artha, Putri Indah, Dian Ayu yang telah banyak membantu peneliti serta selalu memberikan afirmasi positif.
7. Terimakasih kepada sahabat kecil peneliti yang sudah menjadi saksi perjalanan peneliti dari menjadi pelajar hingga memperoleh gelar sarjana yaitu Hesti Indri, Marcella Oktavia, Inkania Nur Faija, Lince Adhisti, Hafсах Salsabila, dan Diniya Alivia.
8. Terimakasih kepada sahabat rasa keluarga di perantauan yang telah memberikan dukungan dan hiburan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi yaitu Wanna Melanie Vanesa, Alifia Aduba, dan Nadiva Aulia.
9. Terimakasih kepada teman seperjuangan selama kuliah Alisa Shalma, Neneng Suhartini, Islamiyah Ahasainah, Shafira Nur Aisyah.
10. *Last but not least*, Bella Amaliah! Terimakasih kepada diri ini yang sudah berusaha menyelesaikan pendidikan diperkuliahan dengan sangat baik, berani *survive* jauh dari keluarga, walaupun diprosesnya banyak *struggle* serta pengorbanan yang sudah dilalui. Kuatkan mental dan fisiknya yaa, karena kehidupan yang sesungguhnya baru akan dimulai. *Go For It*, Bella.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Teori Pendukung	15
1. <i>Live Streaming (E-commerce Shopee)</i>	15

2. Teori Kepercayaan Konsumen	25
3. Teori Keputusan Pembelian	28
4. Teori <i>Stimulus, Organism, dan Respon</i> (S-O-R)	38
B. Penelitian yang Relevan	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel	47
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Pengembangan Instrumen	51
1. Variabel <i>Live Streaming (E-commerce Shopee)</i>	51
2. Instrumen Penelitian	52
F. Uji Instrumen Penelitian	52
1. Pengujian Validitas	52
2. Pengujian Reliabilitas	53
G. Teknik Analisis Data	54
1. Analisis Deskriptif	54
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	57

A. Analisis Deskriptif	57
1. Profil Responden	57
2. Uji Instrumen Penelitian.....	60
B. Analisis Deskripsi <i>Live Streaming</i>	62
1. Dimensi Kredibilitas	62
2. Dimensi Interaktivitas	65
3. Dimensi Kekayaan Media	69
C. Analisis Rata-rata <i>Live Streaming</i>	72
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
1. Kredibilitas	74
2. Interaktivitas.....	74
B. Implikas.....	74
1. Implikasi Teoretis.....	74
2. Implikasi Praktis.....	75
C. Saran.....	77
D. Keterbatasan Penelitian	78
E. Rekomendasi Bagi Peneliti Berikutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	86



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2024	1
Gambar 1. 2 Prediksi Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2020-2029)	2
Gambar 1. 3 Lima Pengunjung Terbanyak <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 1. 4 10 Kategori produk terlaris Shopee (2023)	4
Gambar 1. 5 Penjualan Produk Kecantikan Q1 2024	5
Gambar 1. 6 Produk <i>Skincare</i> Skintific	6
Gambar 1. 7 Penilaian dan Ulasan pada Toko Resmi Skintific	6
Gambar 1. 8 Fitur <i>Live Streaming</i> , Demonstrasi dan Promo Eksklusif	8
Gambar 1. 9 Komentar Negatif Mengenai <i>Streamer</i>	10
Gambar 1. 10 Keluhan Produk Palsu	11
Gambar 1. 11 Persaingan antara Toko Resmi dan Pengecer Skintific	11
Gambar 1. 12 Keluhan <i>Audiens</i> pada <i>Live Streaming</i>	12
Gambar 2. 1 Fitur <i>Live Streaming</i> pada Shopee	18
Gambar 2. 2 Shopee koin <i>giveaway</i>	20
Gambar 2. 3 <i>Countdown Timer</i> untuk Penawaran Terbatas	21
Gambar 2. 4 Tampilan <i>Live Streaming</i> saat Meninggalkan Siaran	22
Gambar 2. 5 Tampilan Fitur Shopee <i>Mall Ori</i>	27
Gambar 2. 6 <i>Customer Journey Mapping</i>	38
Gambar 2. 7 Bagan Model S-O-R	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tren Penjualan Perminggu Priode Bulan November 2024	7
Tabel 3. 1 Tabel Skor Skala <i>Type</i>	50
Tabel 3. 2 Operasional Konsep	52
Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria Variabel	55
Tabel 3. 4 Bobot Skor Kriteria Variabel	56
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Dimensi Kredibilitas	62
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Dimensi Interaktivitas	66
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Kekayaan Media	69
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Kekayaan Media	73

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Instrumen Penelitian	86
Lampiran 2 – Tabulasi Data	90
Lampiran 3 – Tabulasi Data	98
Lampiran 4 – Kartu Konsultasi	101
Lampiran 5 – Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	102
Lampiran 6 – Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	103
Lampiran 7 – Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi	104
Lampiran 8 – Hasil Turnitin	105



Intelligentia - Dignitas