

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *BRAND YSL BEAUTY INDONESIA* DI PLATFROM TIKTOK

Revalina Talitha Yasri

1707622070



Intelligentia - Dignitas

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER
REVIEW, AND PRICE DISCOUNT ON PURCHASE INTENTION
TOWARD YSL BEAUTY INDONESIA PRODUCTS ON THE
TIKTOK PLATFORM***

Revalina Talitha Yasri

1707622070



Intelligentia - Dignitas

***This thesis was compiled to fulfill one of the requirements to obtain a
Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics and
Business, Universitas Negeri Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR BENTUK SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Revalina Talitha Yasri
NIM : 1701622070
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Price Discount*
Terhadap *Purchase Intention* Pada Brand Ysl Beauty Indonesia Di Platfrom
Tiktok

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 27 Juli 2026
Pembimbing I

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIP. 198209082010122004

Pembimbing II

Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd
NIP. 199012212024061001

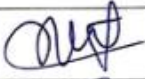
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Revalina Talitha Yasri
NIM : 1707622070
Program Studi/Fakultas : Pendidikan Bisnis/Fakultas Ekonomi & Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Price Discount* terhadap *Purchase Intention* Brand YSL Beauty Indonesia di Platform TikTok

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus**
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 15 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua Sidang	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd	
	NIP. 199302202019032022	
Sekretaris	Dr. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 198802142022032001	
Penguji Ahli	Seprimel Angriani Zn, S.E., M.Sc.	
	NIP. 199509112024062002	
Pembimbing 1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D	
	NIP. 198209082010122004	
Pembimbing 2	Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd	
	NIP. 199012212024061001	

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M
NIDN. 0077067204

Koordinator Program Studi
Pendidikan Bisnis,


Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIDN. 0008098205

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Revalina Talitha Yasri
NIM : 1707622070
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Price Discount* terhadap *Purchase Intention* Brand YSL Beauty Indonesia di Platform TikTok

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 20 Juli 2026
Yang menyatakan,

A yellow rectangular official stamp with a red border. It features the Garuda Pancasila emblem on the left and the text 'METERAL TAMPEL' in the center. Below the emblem, the alphanumeric code '98FALX386358662' is printed. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

(Revalina Talitha Yasri)
NIM. 1707622070

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
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 : Revalina Talitha Yasri
NIM : 1707622070
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis/Pendidikan Bisnis
Alamat email : revaatal004@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, Dan *Price Discount* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Brand Ysl Beauty* Indonesia Di Platform Tiktok

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 27 Juli 2026

Penulis

(Revalina Talitha Yasri)

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *BRAND YSL BEAUTY INDONESIA* DI PLATFORM

Revalina Talitha Yasri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Price Discount* terhadap *Purchase Intention* pada produk YSL Beauty Indonesia di platform TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah konsumen YSL Beauty Indonesia yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 200 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda meliputi analisis statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan *IBM SPSS Statistics* versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Price Discount* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, dengan *Price Discount* sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Dengan demikian, optimalisasi aktivitas *live streaming*, pengelolaan *online customer review*, dan pemberian *price discount* yang menarik dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan *Purchase Intention* konsumen terhadap produk YSL Beauty Indonesia di platform TikTok.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Online Customer Review*, *Price Discount*, *Purchase Intention*, *TikTok*, *YSL Beauty Indonesia*

Intelligentia - Dignitas

THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, AND PRICE DISCOUNT ON PURCHASE INTENTION TOWARD YSL BEAUTY INDONESIA PRODUCTS ON THE TIKTOK PLATFORM

Revalina Talitha Yasri

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of Live Streaming, Online Customer Review, and Price Discount on Purchase Intention toward YSL Beauty Indonesia products on the TikTok platform. This study employed a quantitative research method using a questionnaire as the data collection instrument. The population consisted of YSL Beauty Indonesia consumers residing in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method, resulting in a total of 200 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, supported by descriptive statistical analysis, instrument testing, classical assumption tests, hypothesis testing (t-test and F-test), and the coefficient of determination (R^2), with the assistance of IBM SPSS Statistics version 29.. The results indicate that Live Streaming, Online Customer Review, and Price Discount each have a positive and significant effect on Purchase Intention. Furthermore, these three variables simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Intention, with Price Discount identified as the most influential variable. Therefore, optimizing live streaming activities, managing online customer reviews, and offering attractive price discounts can serve as effective digital marketing strategies to increase consumers' purchase intention toward YSL Beauty Indonesia products on the TikTok platform.

Keywords: *Live Streaming, Online Customer Review, Price Discount, Purchase Intention, TikTok, YSL Beauty Indonesia.*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Price Discount terhadap Purchase Intention pada Brand Luxury YSL Beauty Indonesia di Platform TikTok*" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT. atas segala rahmat, kasih karunia, berkat, kesehatan, dan penyertaan-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan, kemudahan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas seluruh ilmu, pengalaman, dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Orang tua tercinta, Papa Yasriedi dan Mama Rusmiyati, serta Mbah Akung dan Mbah Uti, Pakdeh dan Budeh, Om dan Tante, serta seluruh sepupu yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, dan semangat yang tak pernah putus kepada penulis.
7. Abiyyu Mufadhdhal Zhafran Ammar, Terima kasih untuk selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan menemani penulis di setiap proses perjalanan penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan kuliah, Sempak Teles - Indah, Vio, Maisarah, Thalia, Rifa, dan Khilda yang telah menemani penulis melewati suka duka perkuliahan, saling menyemangati, dan berbagi cerita di setiap tahap perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang tak pernah putus.
9. Skalakasmingkur Shasa & Rapa, Mardinda, Enriqa, Delvianti, dan teman-teman penulis lainnya, yang selalu ada di saat penulis merasa lelah maupun ragu, yang mendengarkan tanpa menghakimi, dan memberi semangat di saat-saat penulis hampir menyerah. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini terasa jauh lebih ringan. Terima kasih

telah menjadi tempat pulang di tengah proses yang tidak selalu mudah ini.

10. Teman-teman SMA tersayang, Anak Omek (Aliyah, Nanda, Selfya, Azzahra, Deswinta, dan Adynda). Terima kasih atas persahabatan yang tak lekang oleh waktu, yang tetap utuh meski kita sudah sibuk dengan jalan masing-masing. Terima kasih untuk setiap tawa, cerita receh, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis, baik saat senang maupun saat penulis butuh tempat untuk mengeluh. Semoga persahabatan ini terus terjaga sampai kapan pun.

11. Teman-teman BPH BEM Program Studi Ekonomi dan Administrasi Periode 2024, serta partner 2 periode, Diana Lintang, dan seluruh Staf Medkom 2024 (Haura, Dyah, Vania, Muthya, Nurul, Zaki, Ryan, dan Faqih). Terima kasih atas kerja sama, kebersamaan, dan pengalaman berorganisasi yang sangat berharga.

12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah turut berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini, baik dalam bentuk bantuan tenaga, pikiran, doa, maupun dukungan moral. Kehadiran dan kebaikan setiap pihak yang telah membantu penulis, sekecil apapun, sangat berarti dan tidak akan pernah penulis lupakan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta

menjadi kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran digital.

Jakarta, 24 Juni 2026

Penyusun

Revalina Talitha Yasri

NIM.1707622070



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	28
1.3 Tujuan Penelitian	29
1.4 Manfaat Penelitian	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	32
2.1. Teori Pendukung	32
2.1.1. Teori <i>Stimulus-Organisme-Response</i> (S-O-R).....	32
2.1.2. <i>Live Streaming</i>	33
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	38
2.1.4. <i>Price Discount</i>	43
2.1.5. <i>Purchase Intention</i>	47
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	51
2.2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	51
2.3. Kerangka Teori	56
2.3.1. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada brand luxury YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.....	56
2.3.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada pada brand luxury YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.	58
2.3.3. Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada pada brand luxury YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.	60

2.3.4. Pengaruh <i>Live Streaming</i> , <i>Online Customer Review</i> , dan <i>Price Discount</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada brand luxury YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.	62
2.4. Kerangka Konseptual	65
2.5. Pengembangan Hipotesis	65
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1. Waktu & Tempat Penelitian.....	66
3.1.1 Waktu Penelitian	66
3.1.2 Tempat Penelitian	67
3.2. Desain Penelitian.....	68
3.2.1. Metode Penelitian	68
3.3. Populasi dan Sampel	69
3.3.1. Populasi	69
3.3.2. Sampel.....	70
3.4. Pengembangan Instrumen	72
3.4.1. <i>Live Streaming</i>	72
3.4.1.1. Definisi Konseptual.....	72
3.4.1.2. Definisi Operasional	73
3.4.1.3. Kisi-kisi Instrumen.....	73
3.4.2. <i>Online Customer Review</i>	74
3.4.2.1. Definisi Konseptual.....	74
3.4.2.2. Definisi Operasional	74
3.4.2.3. Kisi-kisi Instrumen.....	74
3.4.3. <i>Price Discount</i>	76
3.4.3.1. Definisi Konseptual.....	76
3.4.3.2. Definisi Operasional	77
3.4.3.3. Kisi-kisi pernyataan	77
3.4.4. <i>Purchase Intention</i>	78
3.4.4.1. Definisi Konseptual.....	78
3.4.4.2. Definisi Operasional	78
3.4.4.3. Kisi-kisi instrumen	78
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.6. Teknik Analisis Data.....	81
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	81
3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	82
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	85

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
3.6.5. Uji Hipotesis	88
BAB IV PEMBAHASAN.....	91
4.1. Analisis Deskriptif Data.....	91
4.1.1. Profil Responden.....	91
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	94
4.2. Hasil Analisis Data.....	106
4.2.1. Uji Instrumen	106
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	109
4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	117
4.2.4. Uji Hipotesis	120
4.3. Pembahasan.....	124
4.3.1. <i>Live Streaming</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand luxury</i> YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok..	124
4.3.2. <i>Online Customer Review</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand luxury</i> YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.....	126
4.3.3. <i>Price Discount</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand luxury</i> YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok..	128
4.3.4. <i>Live Streaming, Online Customer Review, Price Discount</i> secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada <i>brand luxury</i> YSL Beauty Indonesia Di Platfrom TikTok.....	130
BAB V KESIMPULAN	133
5.1. Kesimpulan	133
5.2. Implikasi.....	134
5.2.1. Implikasi Teoritis	134
5.2.2. Implikasi Praktis	136
5.3. Keterbatasan Penelitian	138
5.4. Rekomendasi bagi Peneliti Selanjutnya	139
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	153

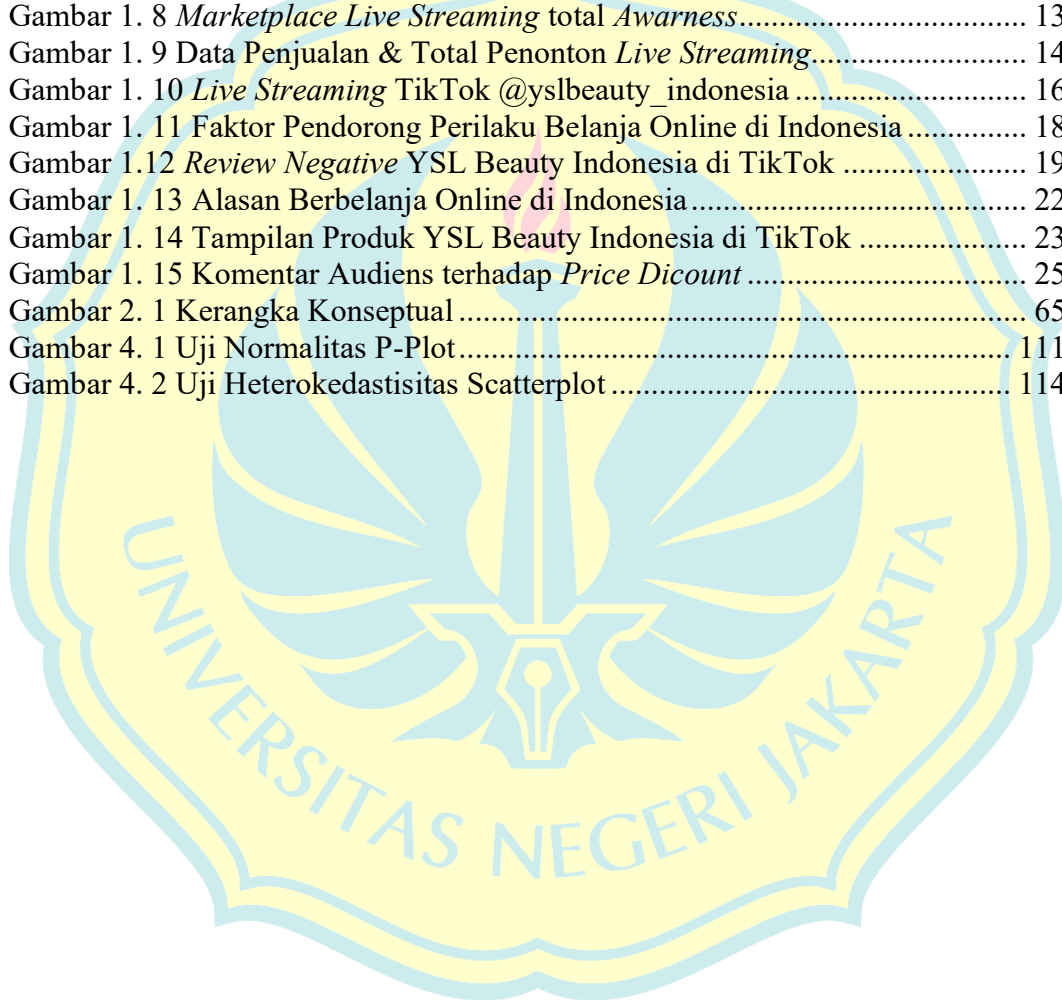
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan Jumlah Penonton dan Penjualan YSL Beauty Indonesia ...	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3. 1 Timeline Rencana Penelitian	66
Tabel 3. 2 Instrumen <i>Live Streaming</i>	73
Tabel 3. 3 Instrumen <i>Online Customer Review</i>	74
Tabel 3. 4 Instrumen <i>Price Discount</i>	77
Tabel 3. 5 Instrumen <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 3. 6 Pengukuran <i>Skala Likert</i>	81
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	92
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili	93
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Live Streaming</i>	95
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i>	98
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i>	101
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	104
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	107
Tabel 4. 10 Ringkasan Penyebaran Kuesioner	108
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	108
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	110
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	112
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heterokedastisitas	113
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linearitas <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	115
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	115
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas <i>Price Discount</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...	116
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	117
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji T)	120
Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan (Uji F)	122
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	123

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pertumbuhan <i>e-commerce</i> Sedunia	2
Gambar 1.2 8 Negara Pengguna Tiktok Terbesar Di Dunia	3
Gambar 1.3 Media Sosial yang paling banyak digunakan untuk Belanja.....	4
Gambar 1.4 Usia Rata-Rata Pengguna Tiktok	6
Gambar 1.5 Kontribusi kategori Perawatan & Kecantikan di TikTok Shop	7
Gambar 1.6 Pengalaman dan Kepuasan Belanja Online.....	10
Gambar 1. 7 Data Penjualan & Total Penonton Live Streaming	11
Gambar 1. 8 <i>Marketplace Live Streaming</i> total <i>Awariness</i>	13
Gambar 1. 9 Data Penjualan & Total Penonton <i>Live Streaming</i>	14
Gambar 1. 10 <i>Live Streaming</i> TikTok <i>@yslbeauty_indonesia</i>	16
Gambar 1. 11 Faktor Pendorong Perilaku Belanja Online di Indonesia	18
Gambar 1.12 <i>Review Negative</i> YSL Beauty Indonesia di TikTok	19
Gambar 1. 13 Alasan Berbelanja Online di Indonesia	22
Gambar 1. 14 Tampilan Produk YSL Beauty Indonesia di TikTok	23
Gambar 1. 15 Komentar Audiens terhadap <i>Price Dicount</i>	25
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	65
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	111
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	114



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Realibilitas	153
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Data Uji Validitas dan Realibilitas	158
Lampiran 3 Instrumen Penelitian Final	162
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Data Responden Final	167
Lampiran 5 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	193
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	194
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	195



Intelligentia - Dignitas