

**PENGARUH INTERAKSI *LIVE STREAMING*, DAYA TARIK KONTEN,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS ANYAMAN PADA PLATFORM *E-
COMMERCE* PADA BRAND FAUNA TAS
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun Pengguna *Marketplace* Shopee)**

SKRIPSI



**OLEH :
SILVI NUR KHABIBAH
2203102085**

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2026**

**PENGARUH INTERAKSI *LIVE STREAMING*, DAYA TARIK
KONTEN, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS ANYAMAN
PADA PLATFORM *E-COMMERCE* PADA BRAND FAUNA
TAS**
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun Pengguna *Marketplace* Shopee)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Prpgram Sarjana Srata 1 Manajemen

OLEH :
SILVI NUR KHABIBAH
2203102085

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Silvi Nur Khabibah telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 27 Juli 2026

Pembimbing I,



Dr. Rizal Uta Ananta Fauzi, S. E., M. M.

NIDN. 0708108702

Madiun, 27 Juli 2026

Pembimbing II,



Wiwin Juliyanti S.E., S.Pd., M.Ak

NIDN. 0722079303

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Silvi Nur Khabibah ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Senin, 03 Agustus 2026.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

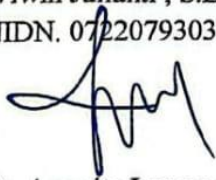
Sekretaris


Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Wiwin Julianti, S.E., S.Pd., M.Ak.
NIDN. 0722079303

Anggota


Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Mengesahkan,
Kaprod S1 Manajemen



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvi Nur Khabibah
NIM : 2203102085
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa skripsi saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil pengerjaan orang lain ataupun hasil pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil karya tulisan saya. Apabila dikemudian hari ditemukan bukti skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima konsekuensi atau sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 6 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



Silvi Nur Khabibah

NIM.2230102085

MOTTO

Tiada kekayaan yang lebih utama dari pada akal,
Tiada keadaan yang menyedihkan daripada kebodohan,
Dan tiada warisan yang lebih baik dari pada ilmu
(Ali bin Abi Thalib)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya beserta kesulitan
ada kemudahan
(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

Pelan pasti ku kabulkan, segala catatan harapmu tentang masa depan, tentang
masa terang, kebul jalan ku terang
(Perunggu-gemilang)

Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk :

"Tiada lembar tugas akhir yang paling indah dalam laporan tugas akhir ini kecuali lembar persembahan."

Bismillahirrahmanirrahim, tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertama dan pintu surgaku, Abah Mustakim dan Bunda Supatmi.

Terima kasih atas cinta yang tulus, kasih sayang yang tak pernah berkurang, pengorbanan yang tiada henti, serta doa-doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, sumber motivasi, dan teladan terbaik dalam menjalani kehidupan. Berkat kasih sayang dan perjuangan Abah dan Bunda, penulis mampu menyelesaikan pendidikan hingga titik ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta umur yang penuh manfaat kepada Abah dan Bunda.

2. Kakakku tercinta, Ali Nur Hudha, dan Kakak Iparku, Dita Damayanti.

Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, doa, motivasi, serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran kalian menjadi salah satu kekuatan yang mendorong penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan karya ini dengan sebaik-baiknya.

3. Keponakanku tersayang, Adam El Farob dan Mezzaluna Hanania Mecca.

Terima kasih telah menjadi penyemangat dan menghadirkan keceriaan di setiap momen. Senyum dan kebahagiaan kalian menjadi pengingat bagi penulis untuk terus melangkah maju. Semoga kalian tumbuh menjadi anak-anak yang saleh dan salehah, cerdas, berakhlak mulia, serta menjadi kebanggaan keluarga.

4. Teman-teman terdekatku, Desiana Putri Kusumadani, Alfia Seftiyanti, Amelia Sukmawati, Aida Ayu Latifah, Berliana Azizah, Nelfa Erlyza, Yuliasih, dan Jupita. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, motivasi, canda tawa, serta kesediaan menemani penulis dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga yang selalu memberikan semangat dan warna dalam setiap perjalanan penulis. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga dan dipenuhi keberkahan.

5. Saudaraku tercinta, Yuniarti dan Nadya Salsabila Tsaqib. Terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, serta kebersamaan yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi penguat di setiap proses yang penulis lalui. Semoga Allah Swt. senantiasa menjaga tali silaturahmi dan kasih sayang di antara kita.

6. Seluruh dosen, guru, keluarga besar, sahabat, serta semua pihak yang telah membantu penulis. Terima kasih atas segala doa, bimbingan, bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt.

7. Untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam setiap proses yang penuh tantangan. Terima kasih telah percaya bahwa setiap langkah kecil akan membawa penulis menuju tujuan yang lebih besar. Semoga tetap menjadi pribadi yang rendah hati, terus belajar, dan mampu memberikan manfaat bagi orang lain. Perjalanan ini bukanlah akhir, melainkan awal dari langkah-langkah besar berikutnya.

Akhirnya, semoga karya sederhana ini dapat menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik, memberikan manfaat bagi banyak orang, serta menjadi amal kebaikan bagi semua yang telah mendukung penulis.

Terima kasih atas segala doa, cinta, kasih sayang, dan ketulusan yang tak ternilai harganya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Interaksi Live Streaming, Daya Tarik Konten, Kepercayaan Konsumen, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman pada Platform *E-Commerce* pada Brand Fauna Tas (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Madiun Pengguna Marketplace Shopee)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

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

Bapak Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kritik, serta saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Ibu Wiwin Juliyanti, S.E., S.Pd., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa memberikan bimbingan, masukan, perhatian, serta arahan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan.

Kedua orang tua, keluarga, sahabat, serta seluruh pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	19
C. Rumusan Masalah	21
D. Tujuan Penelitian	22
E. Kegunaan Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	25
A. Kajian Pustaka	25
1. Teori Stimulus-Organism-Response (SOR)	25
2. Promosi	33
3. Keputusan Pembelian.....	37
B. Penelitian Terdahulu.....	46
C. Kerangka Berpikir	55
D. Hipotesis Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
1. Tempat Penelitian	61
2. Waktu Penelitian.....	62
B. Jadwal Penelitian.....	64

C. Desain Penelitian.....	65
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	67
1. Populasi	67
2. Sampel	68
3. Teknik Pengambilan Sampel	70
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	71
a. Variabel Penelitian	71
b. Definisi Operasional	72
F. Teknik Pengumpulan Data	74
G. Instrumen Penelitian.....	77
H. Analisis Deskriptif.....	78
I. Teknik Analisis Data	78
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	80
2. Uji Asumsi Klasik	80
3. Analisis Regresi Linear Berganda	81
4. Uji Hipotesis	82
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	84
B. Analisis Deskriptif	85
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	110
1. Hasil Uji Validitas	110
2. Hasil Uji Reliabilitas	113
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	116
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	121
F. Hasil Uji Hipotesis	124
G. Koefisien Determinasi (R^2).....	128
H. Pembahasan.....	129
1. Pengaruh Interaksi <i>Live Streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman <i>Brand Fauna Tas</i> di <i>Platform E-Commerce</i> Shopee pada Masyarakat Kota Madiun.....	129
2. Pengaruh Daya Tarik Konten terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman <i>Brand Fauna Tas</i> di <i>Platform E-Commerce</i> Shopee pada Masyarakat Kota Madiun.....	131
3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tas	

Anyaman <i>Brand</i> Fauna Tas di <i>Platform E-Commerce</i> Shopee pada Masyarakat Kota Madiun.....	134
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman <i>Brand</i> Fauna Tas di <i>Platform E-Commerce</i> Shopee pada Masyarakat Kota Madiun	137
BAB V PENUTUP.....	141
A. Kesimpulan	141
B. Implikasi.....	142
C. Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Live Streaming terhadap Total Penjualan Brand Fauna Tas	16
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan per SKU Produk Tas Anyaman Fauna Tas.....	17
Tabel 1.3 Data perbandingan penjualan di Shopee Fauna Tas dan lima Brand tas di Ngawi.....	18
Tabel 2 1 Mapping Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	72
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	88
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	92
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Shopee per Bulan	94
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Menyaksikan Live Streaming Brand Fauna Tas dalam 6 Bulan Terakhir	96
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Interaksi Live Streaming.....	98
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Daya Tarik Konten (X_2).....	101
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (X_3)	103
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Promosi (X_4)	106
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	108
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	111
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	114
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	116
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	118
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	120
Tabel 4.18 Uji Regresi Linier Berganda	122
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	124
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Fluktuasi Penjualan Brand Fauna Tas (Februari 2025 – Maret 2026)	11
Gambar 1.2 Kegiatan Live Streaming.....	14
Gambar 1.3 Platform Shopee dan Penilaian Penjualan Brand Fauna Tas	18
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	155
Lampiran 2 Dokumentasi Pengisian Kuesioner Oleh Responden	161
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	162
Lampiran 4 Hasil Uji Olah Data	179