

**PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE OLEH *BRAND*
SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI
BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU
ADMINISTRASI AMUNTAI**

KARYA TULIS ILMIAH

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Diploma (D3
Pada Program Studi Administrasi Bisnis**



OLEH

**SUSAN NOOR KHAZAINAH
202233**

**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2025**

**PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE OLEH *BRAND SKINTIFIC* TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI
BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU
ADMINISTRASI AMUNTAI**

KARYA TULIS ILMIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH:

SUSAN NOOR KHAZAINAH

NPM 202233

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI**

2025

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat berupa Kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan pada Nabi Muhammad SAW. Karya tulis ilmiah ini saya persembahkan sebagai bukti semangat usahaku serta cinta dan kasih sayangku kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidupku.

Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tersayang, cinta pertamaku Bambang Hermansyah dan pintu surgaku Rusmiati terimakasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun mereka tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliaha, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendo'akan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan apa yang penulis usahakan dapat membuat ayah dan ibu bangga. Besar harapan penulis semoga ayah dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang
2. Dosen pembimbing saya yaitu Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM., CIQaR, CIQnR yang telah membimbing penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.
3. Seluruh saudaraku yang selalu memberi motivasi dan menyemangati penulis

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.
5. Teruntuk sahabat ciwi-ciwi tercinta Uci, Hasanah, Nisa, Fauziah Terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani Bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. *See you on top. Guys!*
6. Teman-teman seperjuangan D3 Administrasi Bisnis Angkatan 2022, Terimakasih sudah mau berjuang bersama dan saling menguatkan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah turut mendo'akan dan mendukung penulis selama proses penyelesaian karya tulis ilmiah ini
8. Dan yang terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri. Susan Noor Khazainah. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih untuk tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai detik ini, walau seringkali merasa putus asa atas apa yang di usahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karna memilih tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan karya tulis, ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Susan Noor Khazainah. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Susan Noor Khazainah

NPM : 202233

Judul KTI : *PENGARUH LIVE STREAMING SHOPEE OLEH BRAND SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Ilmiah yang saya tulis adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi mana pun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, Juli 2025

Yang membuat Pernyataan



Susan Noor Khazainah

TANDA PERSETUJUAN
PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE OLEH *BRAND SKINTIFIC*
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI D3
ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU
ADMINISTRASI AMUNTAI

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal,

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing

Eka Santi Agustina, S.Sos,MM, CIOaR, CIOnR
NUPTK. 0160766667230433

Disusun oleh
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai



Dr. Rend Affrian, S.Sos., M.AP., CIOnR, CIOaR
NIK. 19891025 201807 1 030



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR
PENGARUH *LIVE STREAMING* SHOPEE OLEH *BRAND SKINTIFIC*
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI D3
ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU
ADMINISTRASI AMUNTAI

Disusun Oleh:

Nama: Susan Noor Khazainah
Npm: 202233

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 26 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua Merangkap Anggota	Eka Santi Agustina, S.Sos,MM, CIQaR, CIQnR	
Sekretaris Merangkap Anggota	Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®	

Amuntai, 26 Juli 2025

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609 201509 1 020

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030

ABSTRAK

Susan Noor Khazainah, NPM: 202233, Judul “**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPEE* OLEH *BRAND SKINTIFIC* TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI**” dibawah bimbingan Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM., CIQaR, CIQnR.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* Shopee oleh brand Skintific terhadap minat beli mahasiswa Program Studi D3 Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai. Fokus penelitian diarahkan pada interaksi antara penjual dan konsumen, konsistensi siaran, dan seberapa besar *live streaming* mempengaruhi niat mahasiswa dalam membeli produk skincare yang dipromosikan secara digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode sampling jenuh terhadap 90 mahasiswa STIA Amuntai sebagai populasi sekaligus sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana untuk mengukur pengaruh *live streaming* terhadap minat beli, serta uji-t untuk mengetahui signifikansi pengaruh tersebut. Data dianalisis dengan bantuan software SPSS versi 22. Hasil dari pengujian ini memberikan dasar kuat dalam menarik kesimpulan yang valid secara statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* yang dilakukan oleh brand Skintific memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa STIA Amuntai. Hal ini terlihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t-hitung (3,617) lebih besar dari t-tabel (1,662), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh di bawah batas 0,05. Artinya, semakin intens dan menarik konten *live streaming* yang disiarkan, semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk membeli produk yang ditawarkan. Hasil ini juga konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya, meskipun berbeda dengan hasil beberapa studi yang menyatakan bahwa *live streaming* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat beli, tergantung konteks dan audiensnya.

Kesimpulan dari penelitian ini mempertegas bahwa *live streaming* merupakan strategi pemasaran digital yang efektif, terutama dalam membentuk minat beli konsumen muda seperti mahasiswa. Peneliti merekomendasikan agar brand seperti Skintific terus meningkatkan kualitas siaran *live streaming* mereka dengan memperhatikan aspek interaksi dan konten yang disampaikan. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dan akademisi dalam mengembangkan pemahaman tentang perilaku konsumen di era digital, serta membuka ruang untuk penelitian lanjutan yang lebih luas di bidang *e-commerce* dan pemasaran interaktif.

Kata kunci: *Live streaming*, Minat Beli

ABSTRACT

Susan Noor Khazainah, NPM: 202233, Title **“THE INFLUENCE OF SHOPEE LIVE STREAMING BY THE BRAND SKINTIFIC ON THE BUYING INTEREST OF STUDENTS OF THE D3 BUSINESS ADMINISTRATION STUDY PROGRAM, AMUNTAI COLLEGE OF ADMINISTRATIVE SCIENCES ”**under the guidance of Ms Eka Santi Agustina, S.Sos, MM., CIQaR, CIQnR.

The development of rapid digital technology has brought significant changes in product marketing strategies, especially through e-commerce platforms. One of the latest innovations that are developing rapidly is live streaming, which allows sellers to carry out products and sales directly through real-time video broadcasts. This phenomenon is an important background in this study, where Live streaming Shopee features are interactive facilities between sellers and consumers who are increasingly in demand by various circles, including students.

This study employed a quantitative approach using a saturated sampling method involving 90 students from STIA Amuntai as both the population and the sample. The data analysis techniques used were simple linear regression to measure the influence of live streaming on purchase intention, and a t-test to determine the significance of that influence. The data were analyzed using SPSS version 22. The results of these tests provided a strong basis for drawing statistically valid conclusions.

The results of the study indicate that the live streaming conducted by the Skintific brand has a positive and significant influence on the purchase intention of STIA Amuntai students. This is evidenced by the t-test results, where the calculated t-value (3.617) is greater than the critical t-value (1.662), and the significance value of 0.000 is well below the 0.05 threshold. This means that the more intense and engaging the live streaming content, the higher the students' interest in purchasing the promoted products. These findings are consistent with several previous studies, although they differ from some research which suggests that live streaming does not always have a significant impact on purchase intention, depending on the context and audience.

The conclusion of this study reinforces that live streaming is an effective digital marketing strategy, particularly in shaping the purchase intentions of young consumers such as university students. The researcher recommends that brands like Skintific continue to enhance the quality of their live streaming broadcasts by paying close attention to aspects of interaction and content delivery. This study can also serve as a reference for business practitioners and academics in developing a deeper understanding of consumer behavior in the digital era, as well as opening opportunities for further, broader research in the fields of e-commerce and interactive marketing.

Keywords: Live streaming, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang maha Pengasih lagi Maha Penyayang segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat beliau serta pengikutnya hingga akhir zaman. Syukur Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah yang berjudul "**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPEE* OLEH *BRAND SKINTIFIC* TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI**". Dalam proses penyusunan Proposal Karya Tulis Ilmiah ini, banyak sekali sumbangan pikiran dan pemberian data yang penulis dapatkan dari beberapa pihak

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA[®], selaku ketua Prodi Administrasi Bisnis.
3. Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga Karya Tulis Ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen beserta staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administasi (STIA) Amuntai.

5. Seluruh keluarga dan teman-teman di STIA Amuntai terima kasih atas dukungan motivasi serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian Karya Tulis Ilmiah ini yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Karya Tulis Ilmiah ini jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan. Kritik dan saran serta tanggapan yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan Karya Tulis Ilmiah ini.

Amuntai, Juli 2025



Susan Noor Khazainah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH	iv
TANDA PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR	vi
BERITA ACARA UJIAN AKHIR KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoritis	10

2.2.1 Pengertian Live streaming	10
2.2.2 <i>Brand Skintific</i>	11
2.2.3 Pengertian Minat Beli	14
2.3 Kerangka Berpikir	16
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Lokasi Penelitian	18
3.2 Pendekatan Penelitian.....	18
3.3 Tipe penelitian	18
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel	19
3.5 Definisi Operasional Variabel	19
3.5.1 Variabel bebas (Independen variabel)	20
3.5.2 Variabel terikat (dependen Variabel).....	20
3.6 Instrumen Penelitian.....	21
3.7 Teknik Pengumpulan Data	21
3.7.1 Kuesioner	21
3.8 Teknik Penentuan Skor	22
3.9 Uji Validas dan Reliabilitas.....	22
3.9.1 Uji Validitas.....	22

3.9.2 Uji Reliabilitas	23
3.10 Teknik Analisis Data	23
3.10.1 Analisis Regresi Sederhana	23
3.10.2 Uji t (Uji Parsial)	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Perusahaan <i>Skintific</i>	25
4.2 Visi dan Misi Perusahaan <i>Skintific</i>	26
4.3 Budaya Perusahaan <i>Skintific</i>	27
4.4 Bidang Usaha	27
4.5 Mitra Perusahaan <i>Skintific</i>	27
4.6 Hasil Dan Pembahasan	28
4.6.1 Analisis Deskriptif	28
4.6.2 Deskripsi Variabel Penelitian	30
4.6.3 Analisis Kuantitatif	31
4.7 Pembahasan	37
BAB V PENUTUP	39
4.8 Kesimpulan	39
4.9 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Live streaming</i>	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel 3.2 Tabel Instrumen Penelitian	21
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4.2 Semester Responden	29
Tabel 4.3 Tahun Angkatan Responden	30
Tabel 4.4 Variabel penelitian	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Live streaming</i>	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas minat beli	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	35
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Logo Skintific.....	25