

**PENGARUH SHOPPE *LIVE STREAMING* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN MEREK KATTOEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Rochmah Khoirunnisa

202010160311378

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH SHOPEE LIVE STREAMING DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN MEREK KATTOEN

Oleh :
Rochmah Khoirunnisa
202010160311378

Diterima dan disetujui
pada tanggal 30 November 2024

Pembimbing I,  Pembimbing II, 

Prof. Dr. Widayat, M.M. **Novita Ratna Satiti, S.E., M.M. Ph.D.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  Ketua Program Studi, 

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. **Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SHOPEE LIVE STREAMING DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN MEREK KATTOEN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rochmah Khoirunnisa

NIM : 202010160311378

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Prof. Dr. Widayat, M.M.

Pembimbing II : Novita Ratna Satiti, S.E., M.M. Ph.D.

Penguji I : Dr. M. Jihadi, M.Si.

Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Rochmah Khoirunnisa
NIM : 202010160311378
Program studi : Manajemen
Surel : rknisa217@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 23 November 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Rochmah Khoirunnisa)

”PENGARUH SHOPPE *LIVE STREAMING* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN MEREK KATTOEN”

Rochmah Khoirunnisa

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: rknisa217@gmail.com

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah kegiatan pelanggan untuk menentukan pilihan dari berbagai produk guna sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh shoppee *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada pakaian merk Kattoen, mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada pakaian Kattoen dan untuk mengetahui pengaruh shoppee *live streaming* dan *e-service quality* secara simultan pada keputusan pembelian pakaian Kattoen, serta untuk mengetahui diantaranya *live streaming* dan *e-service quality* manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Kattoen. Penelitian ini dilakukan kepada semua konsumen Kattoen pada *marcetplace* shopee dengan jumlah responden sebanyak 105 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian adalah *live streaming* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *e-service quality* secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian dan *live streaming* dan *e-service quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, serta *e-service quality* berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pakaian merek Kattoen.

Kata Kunci: *Live streaming*, *E-Service Quality*, Keputusan Pembelian.

”THE INFLUNCE OF SHOPEE LIVE STREAMING AND E-SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISION FOR KATTOEN BRAND CLOTHING”

Rochmah Khoirunnisa

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: rknisa217@gmail.com

ABSTRACT

Purchasing decisions are customer activities to determine choices from various products to meet customer needs. The purpose of this research is to determine the influence of shoppee live streaming on purchasing decisions for Kattoen brand clothing, to determine the influence of e-service quality on purchasing decisions for Kattoen clothing and to determine the effect of shoppee live streaming and e-service quality simultaneously on purchasing decisions for Kattoen clothing , as well as to find out which live streaming and e-service quality are the most dominant in influencing Kattoen product purchasing decisions. This research was conducted on all Kattoen consumers at the Shopee market with a total of 105 respondents using purposive sampling techniques and using the multiple linear regression analysis method. The results of the research are that live streaming partially has a significant influence on purchasing decisions, e-service quality partially has a significant influence on purchasing decisions and live streaming and e-service quality simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, and e-service quality has a dominant influence on decisions. purchase. Kattoen brand clothing.

Keywords: Live streaming, E-Service Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT. Yang telah memberikan ridho dan nikmatnya sehingga saya bisa mendapatkan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Shopee *live streaming* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Merek Kattoen". Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk menyempurnakan perkuliahan yang saya tempuh sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini saya menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan yang saya miliki baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman. Oleh sebab itu saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Namun dengan niat, usaha, doá dan ikhtiar serta banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya, sehingga saya mampu melewati semuanya hingga terselesaikannya skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa. Sebagai ungkapan syukur dan kerendahan hati yang dalam, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Widayat, M,M, dan Novita Ratna Satiti, P.H.D., sebagai Pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan kepada saya dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi dalam menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang sudah memberikan ilmu dan pembelajaran selama saya menempuh perkuliahan.
7. Almh. Listyowati, ibundaku tercinta. Seseorang yang biasa saya sebut Mama dalam hidup saya. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menepatkan mama ditempat mulia disisi Allah SWT. Alhamdulillah kini saya sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana sebagai perwujudan terakhir. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya sampai dua puluh dua tahun kita bersama dan atas doa-doa yang telah engkau panjatkan sampai saya bisa sekuat ini untuk bertahan. Tidak akan ada lagi pertemuan dan suara namun kasihmu sepanjang masa, saya berharap ini bisa menjadi hadiah impian yang bisa engkau lihat dan dengar diatas sana walaupun engkau lebih dulu pergi. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada ditempat ini, meskipun pada akhirnya separuh perjalanan ini harus saya lewati sendirian tanpa kau temani lagi.
8. Edy Wahono, Ayahandaku tercinta yang selalu menjadi kekuatan saya dalam menjalani hidup dengan sabar dan bangga membesarkan putrinya serta tidak berhenti untuk melangitkan doa-doa. Terimakasih atas dukungannya, didikan dan kerja keras ayah selama ini hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa. Segala usaha ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya.
9. Zahra Rahmadinna, Adikku tersayang yang selalu senantiasa menjadi alasan saya untuk terus hidup yang telah memberikan semangat penuh dan doa-doanya untuk saya hingga saya berada diposisi saat ini.
10. Towi, Nenek saya terkasih yang selalu sabar dan memberikan semangat serta melangitkan doa-doanya untuk saya, hingga bisa melewati perjalanan sampai diposisi saat ini.

11. Asprilla, Seseorang yang senantiasa bisa menjadi pendengar saya dan memberikan dukungan sepenuhnya dalam hidup saya hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk teman-teman, meskipun tidak bisa disebutkan satu persatu, sudah memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi saya.
13. Untuk diri saya, Rochmah khoirunnisa terimakasih sudah berjuang sejauh ini, terimakasih sudah berusaha untuk tidak menundukan kepalamu, meskipun tanpa kamu sadari sudah banyak sekali rintangan yang dihadapi.

Ucapan bangga ini sekaligus menjadi bukti bahwa kamu hebat. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi saya sendiri dan umumnya bagi para pembaca.

Malang, 25 September 2024

Rochmah Khoirunnisa
Nim. 202010160311378

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Keputusan Pembelian.....	7
1. Model Perilaku Konsumen.....	7
2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.	8
B. <i>Live Streaming</i>	10
1. Pengertian <i>live streaming</i>	10
2. Indikator <i>live streaming</i>	11
C. <i>E-service quality</i>	12
1. Pengertian <i>e-service quality</i>	12
2. Indikator Kualitas pelayanan	12
D. Penelitian Terdahulu	13
E. Kerangka Pikir	15
F. Hipotesis Penelitian	16

1. Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian.	16
2. Pengaruh <i>E-service quality</i> terhadap keputusan pembelian. .	17
3. Pengaruh <i>Live streaming</i> dan <i>e-service quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.	18
G. Definisi Operasional Variabel	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Desain Penelitian.....	20
B. Lokasi Penelitian	20
C. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi Penelitian	20
2. Sampel	21
3. Teknik Sampling	22
D. Teknik Pengumpulan Data	22
E. Pengujian Instrumen	23
1. Uji Validasi	23
2. Uji Reliabilitas	23
F. Metode Analisis Data	23
1. Analisis regresi linear berganda.....	23
2. Uji Asumsi klasik	24
3. Uji Hipotesis.....	25
4. Uji Koefisien Determinan (R ²)	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Brand Kattoen	27
B. Demografi Responden	28
C. Uji Instrumen	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	29
D. Uji Asumsi Klasik	30
1. Uji Normalitas	30
2. Uji Multikolinearitas	31
3. Uji Heteroskedastisitas	32

E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	32
F. Uji Hipotesis	33
1. Uji T (Parsial).....	33
2. Uji F/Simultan	34
G. Uji Koefisien Determinan	34
H. Pembahasan Hasil Penelitian	36
1. Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	36
2. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
3. <i>Live streaming</i> dan <i>E-Service Quality</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.	39
4. <i>E-Service Quality</i> Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian.	39
BAB V PENUTUP	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> dengan Pengguna fitur <i>live streaming</i> Terbanyak Pada Bulan Juli 2023.	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.	13
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel	18
Tabel 3.1 Skala Likert.....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	28
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	31
Tabel 4.6 hasil Uji Heteroskedastisitas	32
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	33
Tabel 4.8 Hasil Analisis Uji T	34
Tabel 4.9 Hasil Analisis Uji F	35
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Determinan	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	7
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	47
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden	52
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen	59
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	63



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F., Komariah, K., & Norisanti, N. (2020). Efektivitas E-Service Quality dan Customer Feedback terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Reddoorz. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 177. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i2.2561>
- Alfahri Nanda. (2023). *Alfahri Nanda. (2023). No Title pengaruh Tiktok Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian” Alfahri Nanda.*
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>
- Amin, M. M., & Taufiqurahman, E. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 648–659. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2), 293–306. <http://jurkubank.wordpress.com>
- Aulia, N. D., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Reddoorz Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203–209. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Bina, K., Jl, W., Km, H. R. S., Baru, S., & Fax, T. (2023). *Bina, K., Jl, W., Km, H. R. S., Baru, S., & Fax, T. (2023). Pengaruh Tiktok Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pengguna Erigo Live Shopping Di Akun Media Sosial Tiktok @ Erigo . Store) Email : Alfahri.Nanda2221@Student.Unri.Ac.Id .*
- Cupian, Khairunisa, L., & Annisa Noven, S. (2023). Pengaruh Lifestyle, Islamic Branding dan E-service Quality terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Muslim melalui Media Sosial Instagram (Studi pada Masyarakat Muslim Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 152–161. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7850>
- Djarmiko, T., & Akbar, A. A. (2016). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Satisfaction Dan E-customer Loyalty Pada Lazada.co.id. *e-Proceeding of Management*, 3(1), 142–150.
- Faruk Ulum, & Rinaldi Muchtar. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68–72.

- Furianto, D., & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Live Streaming dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 1–8. <http://repositori.buddhidharma.ac.id/1862/>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 23 (8th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusti, I., Listianayanti, A. P., Nyoman, N., Wisudawati, S., Syarofi, M., Pendidikan, U., Denpasar, N., Sunan, U., & Surabaya, A. (2023). T. (2023). *Influence Of E-Service Quality, E-Trust And E-Wom On Live Streaming Purchase Decisions*. *Eksis*, 17(2), 199–210.
- Lim, K. B., Yeo, S. F., & Alfredo, H. K. W. (2021). *Lim, K. B., Yeo, S. F., & Alfredo, H. K. W. (2021b). Effects Of Live Video Streaming Towards Online Purchase Intention. International Journal Of Industrial Management*.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A. (2021). *Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. Jurnalmanajemen*, 13(1), 55–62.
- Juliana, H. (2023). *Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i6.754> (20).
- Khairunisa, L., & Noven, S. A. (2023). *Pengaruh Lifestyle , Islamic Branding Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Muslim Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Masyarakat Muslim Provinsi Jawa Barat)*. *Jiei: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 152–161. H.
- Khuzaini, I. (2023). *Pengaruh Harga, E-Trust, E-Service Quality Dan E-Wom*. *Kotler, &*
- Komara, A. T. (2013). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 7(2), 105–115. <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/100>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Manajemen Pemasaran (15th ed.)*. Erlangga.

- Lim, K. B., Yeo, S. F., & Alfredo, H. K. W. (2021). *Effects Of Live Video Streaming Towards Online Purchase Intention. International Journal Of Industrial Management.*
- Lukiyana, L., & Ramafita, D. (2024). Kepuasan Konsumen Memoderasi Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Zenius di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 206. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1302>
- Made Adhiguna Samvara. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt.Putra Perkaya Flamboyan.*
- Nabillah Deriefca Rahmawati. (2023). *Nabillah Deriefca Rahmawati. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Ofmouthterhadap Keputusan Pembelian Pada Brandskintificdi Shopee(Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya).*
- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1881>
- Philip Kotler And Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management.*
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>.
- Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). 3, 8238–8248.
- Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). *Pengaruh Flash Sale , Live Shopping , Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). 2, 2740–2755.*
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>

- Ramadhani, G. (2019). *pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Resna Napitu. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar*.
- Ria Murhadi, W., & Cahaya Reski, E. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktokshop (Studi Pada Pelanggan Tiktokshop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2), 229–240. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.471>
- Riska Cahyaningtyas1, T. I. W. (2021). *Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*.
- Safa'rudin, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang Safa'rudin*.
- Saleh, N. (2019). *Shopee Hadirkan Shopee Live, Jualan Online Melalui Live Streaming*.
- Salsabila Vaia Suhyar. (2023). *Pengaruh Live Streaming Dan Trust On Impulsive Buying Dalam Pembelian Produk Skincare Skintific*.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). *Pengaruh Live Streaming Shopping*.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>
- Sethio, E. D. (2018). *pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia*.
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251–260. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.26331>
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1427–1438.
- Zaky, N. S. A., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 70–79. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33197>



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 11/19/2024

Kode : 2479673998
Nama : ROCHMAH KHOLIRUNNISA
NIM : 202010160311378
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH SHOPEE LIVE STREAMING DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN MEREK KATTOEN
Presentase Plagiasi : 16%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

