

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROSELLACLOSET TULUNGAGUNG PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :
Diffa Retno Andini
202010160311337

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

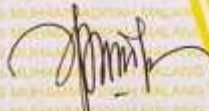
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROSELLACLOSET TULUNGAGUNG PADA MARKETPLACE SHOPEE

Oleh :

Diffa Retno Andini
202010160311337

Diterima dan disetujui
pada tanggal 27 April 2024

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,



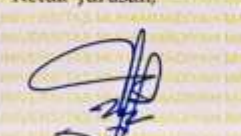
Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROSELLACLOSET TULUNGAGUNG PADA MARKETPLACE SHOPEE

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Difta Retno Andini
NIM : 202010160311337
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 27 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.
Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.
Penguji III : Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.
Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

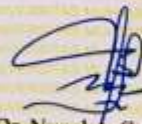


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tanga dibawah ini, saya :

Nama : Difta Retno Andini
NIM : 202010160311337
Program Studi : Manajemen
Surel : drandini25@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 (*pragiarism*) 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 atau 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan atau kebenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 27 April 2024

Yang Membuat Pernyataan,


METERAI TEMPEL
98DC0ALX110739266
Difta Retno Andini

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROSELLACLOSET TULUNGAGUNG PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Difta Retno Andini*¹, Eko Handayanto*², Yulist Rima Fiandari*³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail : drandini25@gmail.com

ABSTRAK

Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pemecahan masalah. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul mengenai produk apa yang akan dibeli. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan *live streaming shopping* terhadap keputusan pembelian Rosellacloset Tulungagung pada *marketplace* Shopee. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner atau angket yang disebar pada semua orang yang pernah membeli produk Rosellacloset Tulungagung melalui Shopee sebanyak 180 orang yang nantinya jawaban responden akan diolah menggunakan software SPSS 25. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari hasil jawaban responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), dan *live streaming shopping* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Rosellacloset Tulungagung pada *marketplace* Shopee.

Kata kunci— *Harga; Kualitas Produk; Live Streaming Shopping, Keputusan Pembelian*

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LIVE STREAMING SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROSELLACLOSET TULUNGAGUNG PADA MARKETPLACE SHOPEE

Difta Retno Andini*1, Eko Handayanto*2, Yulist Rima Fiandari*3

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail : drandini25@gmail.com

ABSTRACT

Consumer decision making is a problem-solving process. Purchasing decisions are consumer decisions that are influenced by financial economics, technology, politics, culture, products, prices, location, promotion, physical evidence, people and process, thus forming attitudes in consumers to process all information and draw conclusions in the form of responses that arise regarding what products to buy. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and live streaming shopping on purchasing decisions for Rosellacloset Tulungagung on the Shopee marketplace. Data collection through distributing questionnaires or questionnaires distributed to all people who have purchased Rosellacloset Tulungagung products through Shopee as many as 180 people, which later the respondents' answers will be processed using SPSS 25 software. The sampling technique in this study used purposive sampling technique. This study uses quantitative research methods with an explanatory approach. The data in this study uses primary data obtained directly from the results of respondents' answers. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis with hypothesis testing consisting of the t test and f test. The results of this study indicate that price (X1), product quality (X2), and live streaming shopping (X3) have a positive and significant effect on purchasing decisions for Rosellacloset Tulungagung on the Shopee marketplace.

Keywords— *Price; Product Quality; Live Streaming Shopping, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas kehendak-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Live Streaming Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Rosellacloset Tulungagung Pada *Marketplace* Shopee” ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Banyak pihak yang terlibat memberi dukungan secara baik dan secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Nazarudin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Eko Handayanto, Drs. M.M., dan Dr. Yulist Rima Fiandari, M.M. sebagai Pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu serta bimbingan kepada saya dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang sudah memberikan ilmu dan pembelajaran selama menempuh perkuliahan.
6. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya Bapak Mariyanto dan Ibu Sri Hariani, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya. Terimakasih atas segala jerih payah, cinta kasih, pengorbanan, waktu dan dukungannya sampai detik ini. Terimakasih selalu mengupayakan semua hal yang terbaik untuk saya. Serta memberikan doa dan motivasi hingga saya berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kakak-kakak saya terutama Ike Nurcahyani dan keluarga besar saya yang telah memberikan doa, motivasi serta dukungannya.
8. Difta Retno Andini, untuk diri saya sendiri. Terimakasih sudah mau berjuang selama proses penyusunan skripsi ini dan melewati semua fase kehidupan dengan baik dan tidak menyerah.
9. Azizi Ikmal Ramadhani, seseorang yang pernah hadir dan menjadi perjalanan di hidup saya. Terimakasih sudah memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan segala hal bentuknya. Terimakasih telah menguatkan, meyakinkan dan menemani saya berproses meskipun tidak mampu menunggu proses kelulusan hingga akhir menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan lain yang sama-sama berproses untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi tetapi tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu kami mengharapkan saran dan masukan yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Malang, Maret 2024

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Harga	14
3. Persepsi Harga	17
4. Indikator Harga.....	18
5. Kualitas Produk	19

6. Live Streaming Shopping	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	25
D. Hipotesis.....	26
a. Pengaruh Harga Dalam Membentuk Keputusan Pembelian	27
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
A. Objek Penelitian	30
B. Jenis Penelitian.....	30
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
D. Definisi Operasional Variabel.....	33
E. Data dan Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Pengukuran Variabel.....	35
H. Uji Instrumen Penelitian.....	36
I. Teknik Analisis Data.....	36
J. Uji Hipotesis.....	40
BAB IV	42
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
B. Gambaran Umum Responden	43
C. Gambaran Karakteristik Responden.....	43
D. Deskripsi Jawaban Responden	45
1. Variabel Harga (X1).....	45
2. Variabel Kualitas Produk (X2).....	46
3. Variabel Live Streaming Shopping (X3).....	47

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
E. Hasil Uji Instrumen Penelitian	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
F. Uji Asumsi Klasik	50
1. Hasil Uji Normalitas.....	50
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
H. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55
I. Uji Hipotesis.....	56
J. Pembahasan.....	58
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel

2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2 Skala Likert	24
4.1 Gambaran Karakteristik Responden	30
4.2 Hasil jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X1)	32
4.3 Hasil jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk (X2).....	33
4.4 Hasil jawaban Responden Untuk Variabel Live Streaming Shopping (X3).....	34
4.5 Hasil jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	35
4.6 Hasil Uji Validitas.....	36
4.7 Hasil Uji Reabilitas	37
4.8 Hasil Uji Normalitas	38
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	39
4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	40
4.11 Hasil Regresi Linier Berganda.....	41
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.13 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	9
2.2 Kerangka Pikir Penelitian	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	54
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	55
Lampiran 3 Gambaran Karakteristik Responden.....	72
Lampiran 4 Uji Validitas.....	73
Lampiran 5 Uji Reabilitas	77
Lampiran 6 Uji Normalitas	78
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas	79
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	79
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
Lampiran 11 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	81
Lampiran 12 Review Produk Rosellacloset Tulungagung Pada Marketplace Shopee.....	81

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinda, E. G., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2022). Harga dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffee Shop Titik Kumpul Capore Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(3), 508–522.
- Adiguno, S., Syahra, Y., & Yetri, M. (2022). Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sistem Informasi TGD*, 1(4), 275–281.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023). Peran Live Streaming Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi TikTok Shop Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2020. *Marketgram Journal*, 1(2), 106–113.
- Anjani, N. D., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tiktok Live Shopping.
- Asia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarleet di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 76–90.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Bisnis, J. M., Saing, D., & Alwendi, U. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. 17(3).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Sepatu Merek Converse). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118–134.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.

- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 290–303.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. adan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamangkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Hamzah, Z. Z., & Awaliyah, S. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Metode Economic Value Added (EVA) Pada PT. Blue Bird Tbk Periode 2014–2018. *Economicus*, 14(2), 145–156.
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Makmur Sejahtera. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(2), 54–63.
- Janna, N. M. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Kafifah, N., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang. *Jurnal Economia*, 2(10), 2898–2908.
- Kesuma, M., Dessy, F., & Ahmad, A. U. A. U. A. A. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pattaya Corner Kota Salatiga*.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek* (Vol. 2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.
- Kumala, F. O. N., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT Hasanah Mulia Investama. In *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Lismula, R. J. A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107–118.

- Maghfiroh, N., & Palupi, G. S. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Keterjangkauan Teknologi Informasi dalam Live Streaming Shopping TikTok Pada Minat Pembelian. In *JEISBI* (Vol. 04).
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Haji. *Jurnal Economia*, 2(2), 476–490.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indihome Pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado* (Vol. 3, Issue 6).
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Muna, K., Hisan. Khairatun, & Fahriansah. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 31–52.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43–53.
- Niarti, U. (2021). Analisis Akuntansi Persediaan Produk Rusak Pada Toko Rosmart Sukaraja Kecamatan Cukup Timur. In *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI* (Vol. 7, Issue 1).
- Nurantoro, P., & Noersanti, Lina. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC (Studi Pada Konsumen PT Honda Motor Cabang Pegambiran). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–19.
- Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6, Issue 2).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang

- Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1).
- Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37–49.
- Pramezwarly, A., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T., & Pariwisata, F. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1), 25–31.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436.
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 56–68.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga. *Jurnal Ekonomia Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Rahmandika, Y. F., Puji, L., & Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>
- 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.
- Ramadhon, G. S., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. (2023). Analisis Pemasaran Viral, Kualitas Produk, Harga, dan Live Streaming Parfum Popcorn di Marketplace TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z di Madiun.
- Saputra, G. G., & Fadhillah. (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.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.

- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah IMEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. In *Djemly 320 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 4).
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumilat, S., Lapian, S. L. H. V. J., & Lintong, D. C. A. (2022). Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka*, 10(2), 541–550.
- Syahidin, & Adnan. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 4(1), 20–32.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi*.
- Yudita, M. A., & Sugiyono. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Yulianti, I. A., Maharani, N. R., & Yusmaneti. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 6–13.
- Zami, R. Z. (2023). *Pengaruh Live Streaming Shopping dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Beberapa Universitas Favorit Kota Semarang)*.

SERTIFIKAT PLAGIASI

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Rosellacloset Tulungagung Pada Marketplace Shopee

ORIGINALITY REPORT

14%	15%	4%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	fr.scribd.com Internet Source	5%
2	repository.usm.ac.id Internet Source	3%
3	adoc.pub Internet Source	3%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	3%
5	Submitted to Queensland Academy for Creative Industries Student Paper	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

MALANG