

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN *REVIEW* PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI KEPUASAAN
PELANGGAN GENERASI Z PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

**DINDA AMELIA
NIM. 212110682
YOLITHA STEFFANIE SUNDAH
NIM. 212110729
YOLANDA GABRIELLA SUNDAH
NIM. 212110734**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2025**

**THE EFFECT LIVE STREAMING, FLASH SALE AND PRODUCT
REVIEW ON INCREASING SALES THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION OF GENERASI Z ON E- COMMERCE
SHOPEE IN MEDAN CITY**

FINAL RESEARCH

By:

DINDA AMELIA
Students Number. 212110682
YOLITHA STEFFANIE SUNDAH
Students Number. 212110729
YOLANDA GABRIELLA SUNDAH
Studenst Number. 212110734



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSSINES
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE* DAN *REVIEW* PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI KEPUASAAN
PELANGGAN GENERASI
Z PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
DI KOTA MEDAN
SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

DINDA AMELIA
NIM. 212110682
YOLITHA STEFFANIE SUNDAH
NIM. 212110729
YOLANDA GABRIELLA SUNDAH
NIM. 212110734

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si.

Litka Tridorarja Br Ginting, S.M., M.Si.

Medan, 18 Agustus 2025

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,

Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 212110682
NAMA : Dinda Amelia

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Live Streaming*, *Flash Sale* dan *Review Produk* terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Kepuasan Pelanggan Generasi Z Pada *E-Commerce* Shopee di Kota Medan
Tempat Penelitian : *E-Commerce* Shopee di Kota Medan
Alamat Penelitian : -
No. Telp. : 021-39500300

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non- Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 05 Agustus 2025
Saya yang membuat pernyataan,



Dinda Amelia

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 212110729
NAMA : Yolitha Steffanie Sundah

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Live Streaming* , *Flash Sale* dan *Review* Produk terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Kepuasan Pelanggan Generasi Z Pada *E-Commerce* Shopee di Kota Medan
Tempat Penelitian : *E-Commerce* Shopee di Kota Medan
Alamat Penelitian : -
No. Telp. : 021-39500300

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non- Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 05 Agustus 2025
Saya yang membuat pernyataan,


Yolitha Steffanie Sundah

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 212110734

NAMA : Yolanda Gabriella Sundah

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Live Streaming* , *Flash Sale* dan *Review* Produk terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Kepuasan Pelanggan Generasi Z Pada *E-Commerce* Shopee di Kota Medan

Tempat Penelitian : *E- Commerce* Shopee di Kota Medan

Alamat Penelitian :-

No. Telp. : 021-39500300

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non- Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun

Medan, 05 Agustus 2025

Saya yang membuat pernyataan,


10000
METERAH TEMPEL
259D8AMX421302321

Yolanda Gabriella Sundah

ABSTRAK

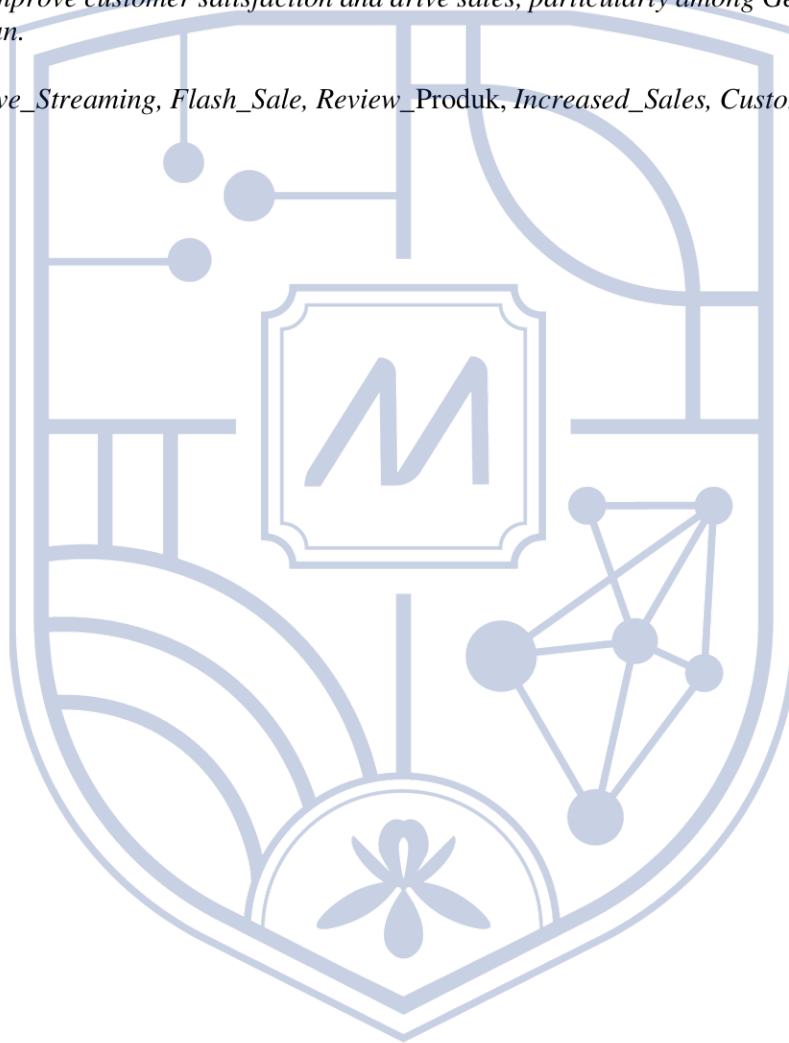
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming*, *flash sale*, dan review produk terhadap peningkatan penjualan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna Shopee dari kalangan Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 400 responden, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* melalui bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Flash sale* tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan, namun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, *review* produk tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, namun berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui peningkatan penjualan sebagai Variabel intervening. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*R-Square*), diketahui bahwa peningkatan penjualan dapat dijelaskan oleh *live streaming*, *flash sale*, dan *review* produk sebesar 83,7%, sedangkan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut sebesar 73,8%.

Kata Kunci: *live Streaming*, *Flash Sale*, *Review Produk*, Peningkatan Penjualan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Data analysis was conducted using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-S with the help of the SmartPLS 4.0 application. The results showed that live streaming had a positive and significant effect on sales growth and customer satisfaction, both directly and indirectly. Flash sales did not significantly impact sales growth, but did significantly impact customer satisfaction. Meanwhile, product reviews did not have a significant direct effect on customer satisfaction, but did have a significant indirect effect through increased sales as an intervening variable. Based on the results of the coefficient of determination (R-Square) test, it was found that 83.7% of the increase in sales could be explained by live streaming, flash sales, and product reviews, while 73.8% of customer satisfaction could be explained by these variables. Therefore, it can be concluded that a digital marketing strategy that includes live streaming, flash sale, and product reviews can improve customer satisfaction and drive sales, particularly among Generation Z Shopee users in Medan.

Keywords: Live_Streaming, Flash_Sale, Review_Produk, Increased_Sales, Customer_Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Flash Sale* dan *Review* Produk terhadap peningkatan penjualan Melalui Kepuasan Pelanggan Generasi Z pada *E-Commerce* Shopee di kota Medan”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan akademik guna menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan. Baik tanpa adanya bimbingan, nasihat, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Litka Tiadoraria Br Ginting, S.M., M.Si. selaku Dosen Pendamping Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil dan Dosen Wali yang telah membantu dalam kelancaran akademis dan memberikan arahan, bimbingan dan nasihatnya dalam menempuh studi dan penyusunan skripsi sehingga peeneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Ucapan Terima kasih Penulis Pertama kepada ayah tercinta yaitu Sudisman yang telah memberikan tenaga, materi, kasih sayang dan bimbingannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai saat ini.

8. Kepada Keluarga tercinta Penulis Pertama Nenek dan Adik Penulis yang telah membantu, memberikan doa dan senantiasa selalu memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih dari Penulis Kedua dan Penulis ketiga sampaikan kepada almarhum Papa Rene, yang meskipun telah tiada, namun kasih sayang, nilai-nilai hidup, dan semangat yang ditanamkan tetap menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas cinta yang abadi dan kenangan indah yang senantiasa hidup dalam hati penulis.
10. Ucapan terima kasih dari Penulis Kedua dan Penulis Ketiga Sampaikan Kepada Papa sambung tercinta, H. Nainggolan, dan Mama Maslan Sitorus, terima kasih atas kasih sayang, perhatian, serta dukungan moril dan doa yang tiada henti. Pengorbanan dan semangat yang diberikan menjadi dorongan berharga bagi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Ucapan terima kasih dari Penulis Kedua Penulis Ketiga Kepada kakak tercinta, Geertruida, yang selalu menjadi sumber motivasi, tempat berbagi keluh kesah, serta memberi semangat dalam setiap proses yang penulis jalani.
12. Ucapan terima kasih dari Penulis Kedua Penulis Ketiga Kepada adik tersayang, Anita, terima kasih atas doa dan dukungannya yang turut memberi semangat bagi penulis
13. Kepada diri sendiri, terima kasih telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah meskipun melalui berbagai tantangan. Terima kasih telah terus berusaha hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebut satu per satu yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata penulis, mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 5 Agustus 2025

Dinda Amelia,
Yolitha Steffanie Sundah,
Yolanda Gabriella

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Ruang Lingkup.....	11
1.4 Tujuan	11
1.5 Manfaat	12
1.6 Originalitas Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran	14
2.1.1.3 Manfaat Pemasaran	15
2.1.1.4 Konsep Inti Dasar Pemasaran.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2.3 Manfaat Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2.4 Strategi Pemasaran	19
2.1.2.5 Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Peningkatan Penjualan	20
2.1.3.1 Pengertian Peningkatan Penjualan	20
2.1.3.2 Tujuan Peningkatan Penjualan	21
2.1.3.3 Manfaat Peningkatan Penjualan	21

2.1.3.4	Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan	22
2.1.3.5	Indikator Peningkatan Penjualan	22
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	24
2.1.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.4.2	Manfaat Kepuasan Pelanggan	24
2.1.4.3	Tujuan Kepuasan Pelanggan	24
2.1.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.5	Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	26
2.1.4.6	Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5	<i>Live Streaming</i>	27
2.1.5.1	Pengertian <i>Live Streaming</i>	27
2.1.5.2	Tujuan <i>Live Streaming</i>	27
2.1.5.3	Manfaat <i>Live Streaming</i>	28
2.1.5.4	Faktor Yang Mempengaruhi <i>live Streaming</i>	29
2.1.5.5	Indikator <i>Live Streaming</i>	29
2.1.6	<i>Flash sale</i>	30
2.1.6.2	Pengertian <i>Flash Sale</i>	30
2.1.6.3	Tujuan <i>Flash Sale</i>	31
2.1.6.4	Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan <i>Flash Sale</i>	31
2.1.6.6	Indikator <i>Flash Sale</i>	31
2.1.7	<i>Review Produk</i>	32
2.1.7.1	Pengertian <i>Review Produk</i>	32
2.1.7.2	Manfaat <i>review produk</i>	33
2.1.7.3	Tujuan <i>Review produk</i>	33
2.1.7.4	Indikator <i>Review Produk</i>	34
2.2	<i>Review Penelitian Terdahulu</i>	35
2.3.	Kerangka Konseptual	40
2.4.	Pengembangan Hipotesis	42
2.4.1	Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	42
2.4.2	Pengaruh <i>flash sale</i> terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	43
2.4.3	Pengaruh <i>review produk</i> terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	43

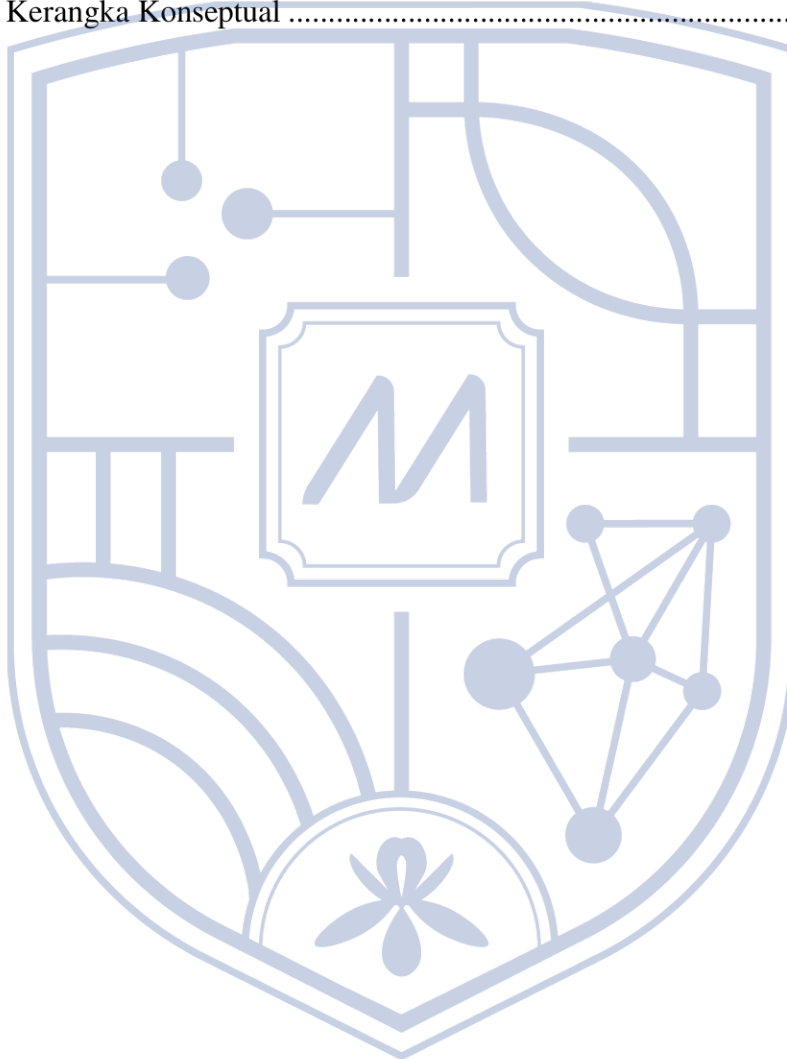
2.4.4	Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap kepuasan pelanggan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	43
2.4.5	Pengaruh <i>flash sale</i> terhadap kepuasan pelanggan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	44
2.4.6	Pengaruh <i>review</i> produk terhadap kepuasan pelanggan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	44
2.4.7	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan	44
2.4.8	Kepuasan pelanggan sebagai intervening pada pengaruh <i>live streaming</i> terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan.....	45
2.4.9	Kepuasan pelanggan sebagai intervening pada pengaruh <i>Flash sale</i> terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan.....	45
2.4.10	Kepuasan pelanggan sebagai intervening pada pengaruh <i>Review</i> produk terhadap peningkatan penjualan di <i>e-commerce</i> shopee pada pengguna shopee di kota Medan.....	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	47
3.1.	Jenis Penelitian.....	47
3.2.	Objek Penelitian	47
3.3	Metode Pengumpulan Data	47
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi	49
3.4.2	Sampel	49
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.6	Metode Analisis data.....	52
3.6.1	Analisis Statistika Deskriptif.....	53
3.6.2	Analisis Teknik Struktural Equation Modeling	53
3.6.3	Evaluasi Model Pengukuran (outer model).....	53
3.6.3.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	54
3.6.3.2	Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	54
3.6.3.3	Uji Realibilitas (<i>Composaita Realibility</i>)	54
3.6.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner model</i>)	55
3.6.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55

3.7	Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1.2	Visi Misi	58
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	58
4.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan 4 Kecamatan Dikota Medan	59
4.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	59
4.1.5.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.5.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.1.6	Hasil Statistik <i>Deskriptif</i>	61
4.1.6.1	<i>Live Streaming</i>	61
4.1.6.2	<i>Flash Sale</i>	62
4.1.6.3	<i>Review Produk</i>	62
4.1.6.4	Kepuasan Pelanggan	81
4.1.6.5	Peningkatan Penjualan	64
4.1.7	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	65
4.1.7.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergen Validity</i>).....	66
4.1.7.3	Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>).....	73
4.1.5.4	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.1.8	Uji Hipotesis.....	75
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.2.1	Pengaruh <i>Live streaming</i> (X1) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y).....	80
4.2.2	Pengaruh <i>Flash Sale</i> (X2)Terhadap Peningkatan Penjualan (Y).....	81
4.2.3	Pengaruh <i>Review produk</i> (X3) terhadap Peningkatan Penjualan (Y).....	82
4.2.4	Pengaruh <i>Live streaming</i> (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	83
4.2.5	Pengaruh <i>Flash Sale</i> (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan(Z).....	84

4.2.6	Pengaruh <i>Review</i> Produk (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	84
4.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Peningkatan Penjualan	85
4.2.8	Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) Pada Kepuasan Pelanggan (Z)	86
4.2.9	Pengaruh <i>Flash Sale</i> (X2) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) Pada Kepuasan Pelanggan (Z)	87
4.2.10	Pengaruh <i>Review</i> Produk (X3) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) Pada Kepuasan Pelanggan (Z)	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prasurvei Peningkatan Penjualan	3
Gambar 1.2 Prasurvei Kepuasan Pelanggan.....	4
Gambar 1.3 Prasurvei <i>Live Streaming</i>	6
Gambar 1.4 Prasurvei <i>Flash Sale</i>	7
Gambar 1.5 Prasurvei <i>Review Produk</i>	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Review</i> penelitian terdahulu	35
Tabel 3.1	Skala pengukuran <i>Likert</i>	48
Tabel 3.2	Definisi operasional variabel	51
Tabel 4.1	Tingkat Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner	58
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan 4 Kecamatan Dikota Medan	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.4	karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 4.5	Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4.7	Hasil Deskriptif Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	61
Tabel 4.8	Hasil Deskriptif Variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	62
Tabel 4.9	Hasil Deskriptif Variabel <i>Review</i> Produk (X3)	62
Tabel 4.10	Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	63
Tabel 4.11	Hasil Deskriptif Variabel Peningkatan Penjualan (Y)	64
Tabel 4.12	<i>Loading Factor</i>	67
Tabel 4.13	Average Variance Extracted	69
Tabel 4.14	Discriminant Validity (Fornel-Larker Criterion)	70
Tabel 4.15	<i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	70
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>R Square</i>	74
Tabel 4.18	<i>Path Coefficients</i>	76
Tabel 4.19	<i>Indirect Effects</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Kuiseoner Penelitian	97
Lampiran II.	Distribusi Jawaban Responden	105
Lampiran III.	Uji Statistik Deskriptif	143
Lampiran IV.	Hasil Pengelohan Data BAB IV	145
Lampiran V.	Hasil Analisis Inner Model	150

