

**PENGARUH KUALITAS VISUAL DAN INFORMASI PRODUK
DALAM LIVE STREAMING TERHADAP MOTIVASI
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI
JATINANGOR**

(Studi Kasus Pada *Brand* Skintific)

Disusun Oleh:

ILHAM HUSEIN SYUKUR

C1210132

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Drs. Wahyudin, M.TI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS VISUAL DAN INFORMASI PRODUK DALAM *LIVE STREAMING* TERHADAP MOTIVASI PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JATINANGOR**

Nama Mahasiswa : Ilham Husein Syukur

Nomor Pokok : C1210132

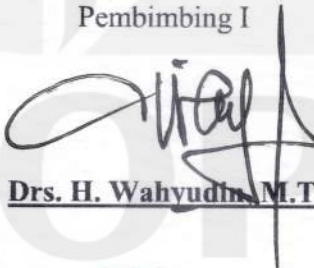
Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN,

Pembimbing I


Drs. H. Wahyudin M.TI

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua
Program Studi Sarjana Manajemen


Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si.


Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si.



**PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Visual dan Informasi Produk Dalam *Live Streaming* Terhadap Motivasi Pembelian Produk *Skincare* Skintific Di Jatinangor** (Studi Kasus Pada *Brand* Skintific)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Jatinangor, Agustus 2025

Ilham Husein Syukur
C1210132

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Sumedang pada tanggal 7 April 2003, sebagai anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan bapak Tatang Sudrajat dan ibu Nina Hartini. Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ditempuh di sekolah SMAN Jatinangor, dan lulus pada tahun 2021.

Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa program sarjana (S-1) di program studi Manajemen di IKOPIN University. Selama mengikuti program S-1, penulis aktif menjadi ketua divisi acara Unit Bola Basket Ikopin tahun 2022-2023, ketua pelaksana HUT Unit Bola Basket Ikopin tahun 2022, dan Wakil Ketua Umum Unit Bola Basket Ikopin (UBBI) tahun 2023-2024.

IKOPIN
University

ABSTRACT

ILHAM HUSEIN SYUKUR. 2025. *The Influence of Visual Quality and Product Information in Live Streaming on Purchase Motivation of Skintific Products in Jatinangor, under the guidance of Wahyudin*

Skintific is one of the rapidly growing skincare brands in Indonesia that utilizes live streaming as a digital marketing strategy to attract consumers, particularly in the Jatinangor area. The increasing competition in the beauty industry requires a combination of appealing visual quality and clear, complete, and credible product information to influence consumer purchasing decisions.

The aim of this research is to examine the influence of visual quality and product information in live streaming on consumer purchase motivation. The theoretical foundation of this study refers to marketing management, consumer behavior, visual communication, and product information.

This research uses a quantitative method with an explanatory survey approach. Data were collected through questionnaires from 100 respondents using purposive sampling and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS.

The results show that visual quality has a positive and significant effect on purchase motivation, as does product information, which has a stronger effect. Simultaneously, both variables have a positive and significant effect on the purchase motivation of Skintific products in Jatinangor.

Keywords: Visual Quality, Product Information, Live Streaming, Purchase Motivation, Skintific

IKOPIN
University

ABSTRAK

ILHAM HUSEIN SYUKUR. 2025. Pengaruh Kualitas Visual dan Informasi Produk dalam Live Streaming terhadap Motivasi Pembelian Produk Skintific di Jatinangor, dibimbing oleh Wahyudin.

Skintific merupakan salah satu merek skincare yang berkembang pesat di Indonesia dan memanfaatkan live streaming sebagai strategi pemasaran digital untuk menarik minat konsumen, khususnya di wilayah Jatinangor. Persaingan industri kecantikan yang semakin ketat menuntut adanya kombinasi kualitas visual yang menarik serta informasi produk yang jelas, lengkap, dan kredibel untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas visual dan informasi produk dalam live streaming terhadap motivasi pembelian konsumen. Landasan teori penelitian ini mengacu pada manajemen pemasaran, perilaku konsumen, komunikasi visual, dan informasi produk.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory survey. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden dengan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pembelian, demikian pula informasi produk yang memiliki pengaruh lebih besar. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pembelian produk Skintific di Jatinangor.

Kata Kunci: Kualitas Visual, Informasi Produk, Live Streaming, Motivasi Pembelian, Skintific

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “pengaruh kualitas visual dan informasi produk dalam *live streaming* terhadap motivasi pembelian produk *skincare* skintific di jatinangor”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia, penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Wahyudin M. T.i, selaku dosen pembimbing saya yang selalu meluangkan waktunya, yang selalu sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam Menyusun skripsi ini.
2. Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.SC, selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan arahannya.
3. Drs. Dadan Hamdani, MM, selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahannya.
4. Hj. Rosti Setiawati, SE., M.SI, selaku dosen wali yang telah membina dan memberikan nasehat-nasehat.
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan dan mengajarkan penulis ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan.

6. Bapak dan Mamah yang selalu memberikan dukungan emosional dan finansial, terimakasih untuk segala pengorbanan Bapak dan Mamah untuk penulis.
7. Kakak saya yang selalu memberikan dukungan finansial dan emosional.
8. Rekan-rekan Unit Bola Basket Ikopin (UBBI) yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
9. Rekan-rekan manajemen B angkatan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
10. Rekan-rekan manajemen C angkatan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
11. Sahabat-sahabat Pesantren Ar-Noldul yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan semangat (Agan Farhan Sugandi, Arnoldus Hambur, Faris Husein Pranata, Muhammad Rayhan Dwi Indrajaaya, Muhammad Rizky Fauzan, Mulki Lukman Fadlillah, Rikaz Fawaddy).
12. Sahabat-sahabat Traveling & kuliner yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi (A Ikbil Khoirullah, Bayu Fathan Faturahman, Syifa Imtisal Sabira, Subhan Adani).
13. Shaffa Intan Azachra yang selalu hadir memberikan dukungan dan semangat di tiap proses pengerjaan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH, KERANGKA PIKIR, HIPOTESIS DAN METODE PENELITIAN	11
2.1 Pendekatan Masalah, Kerangka Pikir, Hipotesis.....	11
2.1.1 Pendekatan Masalah	11
2.1.2 Penelitian Terdahulu	20
2.1.3 Kerangka Pikir	21
2.1.4 Hipotesis	22
2.2 Metode Penelitian.....	24
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	24
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	24

2.2.3 Sumber Data Dan Cara Menentukannya	26
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	28
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis	29
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian.....	38
2.2.7 Jadwal Penelitian	38
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	40
3.1 Keadaan Umum Organisasi	40
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan	40
3.3 Visi Dan Misi.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Identitas Responden.....	44
4.2 Pengaruh Parsial Kualitas Visual Dalam <i>Live Streaming</i> Terhadap Motivasi Pembelian Produk <i>Skincare Skintific</i>	46
4.3 Pengaruh Parsial Informasi Produk Dalam <i>Live Streaming</i> Terhadap Motivasi Pembelian Produk <i>Skincare Skintific</i>	48
4.4 Pengaruh Simultan Kualitas Visual Dan Informasi Produk Terhadap Motivasi Pembelian Produk <i>Skincare Skintific</i>	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran-Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 2. 3 Skala Pengukuran.....	29
Tabel 2. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X1	30
Tabel 2. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X2	31
Tabel 2. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	31
Tabel 2. 7 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 2. 8 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	34
Tabel 2. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser).....	35
Tabel 2. 10 Hasil Uji Multikolinieritas (Vif Test)	36
Tabel 4. 1 Alasan memiliki motivasi beli dan menggunakan produk	46
Tabel 4. 2 Output Uji Hipotesis Variabel X1 Dan X2	47
Tabel 4. 3 Output Hipotesis X1 Dan X2 Terhadap Y	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Live Streaming Produk Skintific.....	3
Gambar 1. 2 Top 5 Brand Paket Kecantikan Terlaris Berdasarkan Nilai Penjualan	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 2. 2 Peta Wilayah Kecamatan Jatinangor	38
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	44
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas Kualitas Visual Dalam <i>Live Streaming</i> (X1)	57
Lampiran 2 Uji Validitas Informasi Produk Dalam <i>Live Streaming</i> (X2).....	58
Lampiran 3 Uji Validitas Motivasi Pembelian (Y)	59
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Kualitas Visual Dalam <i>Live Streaming</i> (X1)	59
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Informasi Produk Dalam <i>Live Streaming</i> (X2).....	60
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Motivasi Pembelian (Y)	60
Lampiran 7 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	61
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)	62
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas (VIF Test).....	63
Lampiran 10 Kuesioner.....	63
Lampiran 11 Data Hasil Kuesioner.....	71
Lampiran 12 Metode Succesive Interval.....	77

IKOPIN
University