

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PADA PENJUALAN DARING DI *LIVE STREAMING*.

**Gifari Algibran Sentana**  
**1705617081**



**Penelitian Ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

*THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON PURCHASE INTENTION ON  
ONLINE SALES IN LIVE STREAMING.*

**Gifari Algibran Sentana**

**1705617081**



*This Research is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor  
Degree of Economics on Faculty of Economics State University of Jakarta*

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

**Gifari Algibran Sentana, 2023; Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Pada Penjualan Daring di *Live Streaming*. Skripsi, Jakarta, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Shandy Aditya, BIB, MPBS**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh pemasaran digital terhadap niat pembelian dalam penjualan *online* melalui *live streaming*, dengan fokus pada platform yang dipimpin oleh Marsha Ozawa. Sebanyak 130 responden diundang untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Metode analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik regresi untuk mengukur hubungan antara variabel pemasaran digital dan niat pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian di platform *live streaming* Marsha Ozawa. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi praktisi pemasaran dalam memahami peran digital marketing dalam memengaruhi perilaku konsumen di lingkungan penjualan *online* melalui *live streaming*.

Kata kunci: Pemasaran digital, Niat Pembelian, *Live Streaming*, Marsha Ozawa.

## **ABSTRACT**

**Gifari Algibran Sentana, 2023; *The Effect Of Digital Marketing On Purchase Intention On Online Sales In Live Streaming*. Skripsi, Jakarta, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Shandy Aditya, BIB, MPBS**

*This research aims to investigate the influence of digital marketing on purchase intention in online sales through live streaming, focusing on the platform led by Marsha Ozawa. A total of 130 respondents were invited to participate in this study. Data analysis method used a quantitative approach with regression techniques to measure the relationship between digital marketing variables and purchase intention. The research findings indicate that digital marketing has a significant influence on purchase intention on Marsha Ozawa's live streaming platform. These findings provide important insights for marketing practitioners in understanding the role of digital marketing in influencing consumer behavior in the online sales environment through live streaming.*

*Keywords: Digital Marketing, Purchase Intention, Live Streaming, Marsha Ozawa, Online Sales*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakberatan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan

Gifari Algibran Sentana

1705617081

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim segala puji bagi Allah azza wajala atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan peneliti kesehatan sehingga dapat mengerjakan tugas akhir ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar, Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wasallam beserta keluarga dan para sahabatnya. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Pada Penjualan Daring di *Live Streaming*.” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti menemukan beberapa hambatan dan juga kendala. Dalam melewati hambatan dan kendala tersebut peneliti dibantu dari beberapa pihak eksternal, sehingga peneliti mampu melaluinya. Peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak eksternal, terutama dari keluarga dan juga teman – teman terdekat. Maka dengan sepiasnya peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya terutama kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi, bantuan, doa dan juga kasih sayangnya, terutama untuk Momy Siti Armilah selaku ibu kandung, Dikdik Januar Sentana selaku ayah kandung, Siti Nunghindun selaku nenek dari penulis yang selalu memberikan semangat hingga penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada teman-teman penulis yang selalu memberikan motivasi dan bantuan, terutama untuk Muhammad Rizky Fajar, Abdullah Salsabila Rosyad, Jerremy Hutabarat Kristianto, Kartiko Abimanyu, Muhammad Febriansyah, Akbar Nasution, Paolo M Hernandez, Ghazi Lazuardi Fahd Rasyid.
7. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan di dalamnya dikarenakan keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar nantinya akan menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lanjutan yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 26 Januari 2024

Gifari Algibran Sentana

1705617081