

**PENGARUH SOCIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-WORD OF
MOUTH (E-WOM) PADA PRODUK SCARLETT
WHITENING
SKRIPSI**

*Untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S1)*



Disusun oleh :

DITA LAILY NUR FADHILA PERMATASARI

Nomor Pokok : K.2019.1.35098

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen (Marketing)

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2023

**PENGARUH SOCIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI E-WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA PRODUK SCARLETT
WHITENING**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S1)



Disusun oleh :

Dita Laily Nur Fadhila Permatasari

K.2019.1.35098

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH SOCIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

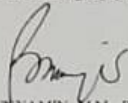
Oleh:
DITA LAILY NUR FADHILA PERMATASARI
K2019.135098

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
09 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,
Dosen Pembimbing,

IRENA IRAWATI, SE, MM

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuccwara,

Dr. BUNYAMIN, MM., Ph.D

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 02 Februari 2023



NPK: k. 2019.1.35098

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RINA IRAWATI, SE, MM
NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : DITA LAILY NUR FADHILA PERMATASARI
NPK : K.2019.1.35098
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçeçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari mahasiswa STIE Malangkuçeçwara angkatan 2019.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA PRODUK SCARLETT WHITENING."

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Januari 2023
Dosen pembimbing skripsi,



RINA IRAWATI, SE, MM
NIK. 202.710.292



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, karena oleh rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan studi 3,5 tahun.
2. Orang tua yaitu Ibu Warni dan Ayah Suharno yang selalu merawat, membantu mendampingi, memberi dukungan serta memberi semangat. Kakek Amat Sirun dan Nenek Alm. Widji yang merawat dan memberi suport saya. Kakak saya Tiara Nur Mustikasari dan suaminya atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan kepada saya. Serta keponakan saya Tito Hafidz Ibnu Alfatih yang selalu menghibur saya dikala jenuh.
3. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Rina Irawati, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa dalam memberikan waktu, tenaga dan ilmunya dengan penuh ketelatenan.
5. Dra. Tutik Arniati, Ak., M.M., CA., CPA, selaku dosen wali yang sabar, memberi saran dan semangat.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE atas bimbingan ilmu selama studi yang telah penulis jalani selama 3,5 tahun ini, dan juga segala bantuan ilmu yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh Staff dan Karyawan STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan segala pelayanan dan mendukung dalam kegiatan perkuliahan penulis selama 3,5 tahun ini.
8. Andrew Kurniawan selaku pacar saya yang selalu membantu, mensupport dan menghibur saya.
9. Sahabat-sahabat saya, Lala, Sofi, Natalia, Deva, Nabila, Sela dan Kevin yang menemani saat perkuliahan, membantu saya dan selalu memberisuport saya.
10. Teman saya yang di Magetan, Lilis Setyowati, Candra Nabila Putri Widuri yang selalu menemani dan menerima keluh kesah saya.

11. Ema Maulidia dan Wawan Adi Putro selaku kakak tingkat yang telah memberikan referensi dan ilmu kepada saya sehingga saya tau bagaimana menyusun skripsi.
12. Teman-teman kelas D Management yang telah menemani selama perkuliahan.
13. Sahabat-sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Malang, 02 Februari 2023

Penulis,

Dita Laily Nur Fadhila Permatasari

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of social media Tiktok and E-WOM on the purchase decision of Scarlett Whitening. This study used a sample of 103 respondents from STIE Malangkuçewara class of 2019. The sampling technique used is non-probability sampling using the path analysis method. Data processing is done using SPSS. The results obtained from the research that has been done are that social media Tiktok (X) has a direct effect on purchasing decisions (Y) has a path coefficient of 0.674 and is significantly < 0.05 , Social media Tiktok (X) has a direct effect on E-WOM (Z) which has a path coefficient of 0.767 and a significant < 0.05 , E-WOM (Z) has a direct effect on purchasing decisions (Y) which has a path coefficient of 0.713 and a significant < 0.05 , and social media Tiktok (X) has an effect on decisions purchases (Y) through E-WOM (Z) namely $0.767 \times 0.713 = 0.546$. And it was concluded that the results of this study indicate that Tiktok social media (X) has a direct effect on purchasing decisions (Y) because the beta coefficient (β) of Tiktok social media (X) on purchasing decisions (Y) is greater than the indirect effect.

Keywords: Tiktok Social Media; Buying decision; E-WOM.

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial media Tiktok dan E-WOM terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 103 responden Mahasiswa STIE Malangkuçewara angkatan 2019. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan menggunakan metode path analysis (analisis jalur). Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS. Hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan yaitu sosial media Tiktok (X) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien jalur sebesar 0,674 dan signifikan $< 0,05$, Sosial media Tiktok (X) berpengaruh langsung terhadap E-WOM (Z) yang memiliki koefisien jalur sebesar 0,767 dan signifikan $< 0,05$, E-WOM (Z) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y) yang memiliki koefisien jalur sebesar 0,713 dan signifikan $< 0,05$, dan sosial media Tiktok (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) melalui E-WOM (Z) yaitu $0,767 \times 0,713 = 0,546$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media Tiktok (X) berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Y) karena koefisien beta (β) sosial media Tiktok (X) terhadap keputusan pembelian (Y) lebih besar dibandingkan pengaruh secara tidak langsung.

Keywords: Sosial Media Tiktok; Keputusan Pembelian; E-WOM.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyajikan skripsi dengan judul “Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Word Of Mouth Pada Produk Scarlett Whitening”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam hal memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçewara Malang.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak sekali kekurangan dan keterbatasan dalam penyajian skripsi ini, meskipun penulis telah berusaha mengerahkan segala kemampuan yang dimiliki untuk lebih teliti. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 02 Februari 2023

Penulis,

Dita Laily Nur Fadhila Permatasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
SURAT KETERANGAN RISET	V
RIWAYAT HIDUP.....	VI
UCAPAN TERIMA KASIH	VII
ABSTRACT.....	IX
ABSTRAKS.....	X
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKAN	Error! Bookmark not defined.
2.1. Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Sosial Media	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3. Metode Konseptual Penelitian	Error! Bookmark not defined.

2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis dan Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.	Sumber Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi, Sampel dan Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3.	Variabel dan Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....		Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Deskripsi Scarlett Whitening.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Deskripsi Responden dan Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Deskripsi Responden Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Analisis Statistik Deskripsi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	Tanggapan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3.	Analisis Data Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4.	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Analisis Data Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1.	Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.	Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3.	Analisis Jalur.....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Interpretasi Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
Kesimpulan.....		Error! Bookmark not defined.

Kontribusi PenelitianError! Bookmark not defined.
Keterbatasan PenelitianError! Bookmark not defined.
SaranError! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jangka Waktu.....	52
Tabel 4. 3 Skor Skala Likert	53
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Sosial Media Tiktok (X)	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel <i>E-Word Of Mouth (E-WOM)</i>.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Sosial Media Tiktok	59
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 9 Validitas E-Word Of Mouth (E-WOM)	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 4. 11 Analisis Data Regresi Linier	61
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 13 Uji t	65
Tabel 4. 14 Uji f	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Jalur Variabel Bebas terhadap Variabel Antara	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Jalur Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	69
Tabel 4. 17 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model konseptual.....	34
Gambar 2.2 Model Hipotesis.....	38
Gambar 3.1 Kerangka Diagram Jalur	48
Gambar 4.1 Model Analisis Jalur.....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Analisis Path.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	85
Hasil SPSS Uji Validitas.....	89
Hasil SPSS Uji Reliabilitas.....	90
Hasil SPSS Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Hasil SPSS Koefisien Determinasi.....	90
Hasil SPSS Uji T	91
Hasil SPSS Uji F.....	91
Hasil SPSS Analisis Jalur.....	91
Tabel r.....	92
Tabel t	94
Tabel f	95
Bukti Bimbingan Skripsi.....	97

