

**PENGARUH KONTEN TIKTOK DAN LOYALITAS PENGGUNA
TIKTOK SHOP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM BERBELANJA ONLINE SETELAH PENUTUPAN TIKTOK
SHOP**

(Studi Kasus pada Pengguna *Tiktok Shop* di Kelurahan Blimbing)

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis*



**Oleh :
ZAFISYAH ISWAHYUDI
K.2018.1.34646**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2025**

LEMBAR JUDUL

**PENGARUH KONTEN TIKTOK DAN LOYALITAS PENGGUNA
TIKTOK SHOP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM BERBELANJA ONLINE SETELAH PENUTUPAN TIKTOK
SHOP**

(Studi Kasus pada Pengguna *Tiktok Shop* di Kelurahan Blimbing)

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis*



Oleh :
ZAFISYAH ISWAHYUDI
K.2018.1.34646

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEÇWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KONTEN TIKTOK DAN LOYALITAS PENGGUNA TIKTOK SHOP TERHADAP
PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE SETELAH PENUTUPAN
TIKTOK SHOP

Oleh :

ZAFISYAH ISWAHYUDI

K.2018.1.34646

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

15 Agustus 2025 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

LIDIA ANDIANI, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçwara

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

SURAT 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, 9 Agustus 2025



NPK: k.2018.1.34646

SURAT BUKTI RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LIDIA ANDIANI, S.E., M.M.
NIK : 202.710.250

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : ZAFISYAH ISWAHYUDI
NPK : K.2018.1.34646
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat :

No HP :
E-mail :

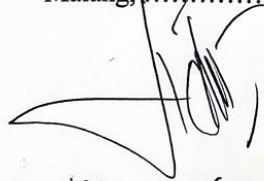
menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : Data Kuesioner pengguna TikTok di Kelurahan Blimbing yang pernah melakukan pembelian melalui TikTok Shop.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

PENGARUH KONTEN TIKTOK DAN LOYALITAS PENGGUNA TIKTOK SHOP
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE
SETELAH PENUTUPAN TIKTOK SHOP

keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 Agustus 2025



(Lidia Andiani, SE, MM.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul: “PENGARUH KONTEN TIKTOK DAN LOYALITAS PENGGUNA TIKTOK SHOP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE SETELAH PENUTUPAN TIKTOK SHOP”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang. Penulis menyadari bahwa tanpa pertolongan dari Allah SWT serta dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi isi, penyajian, maupun sistematika penulisan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Semoga segala usaha dan ilmu yang diperoleh selama proses penulisan ini dapat menjadi amal jariyah yang bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang terlibat.

Malang, 9 Agustus 2025

Penulis,



Zafisyah Iswahyudi

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten TikTok dan Loyalitas Pengguna TikTok Shop Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online Setelah Penutupan TikTok Shop”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçeçwara Malang. Dengan penuh ketulusan dan rasa terima kasih yang mendalam, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu menjadi sumber kekuatan, ketenangan, serta penuntun dalam setiap langkah penulis.
2. Orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, yang dengan penuh kasih sayang, doa, pengorbanan, dan dukungan tiada henti selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di tempat perkuliahan, serta telah menjadi pemimpin yang selalu mengapresiasi mahasiswanya
4. Ketua Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen yang telah memberikan sarana dan prasarana serta kemudahan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Ibu Dra. Lailatus Saadah, M.Si., Akt selaku dosen wali yang selalu membantu dan memberikan arahan selama di bangku perkuliahan
6. Ibu Lidia Andiani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan meberikan solusi, saran terhadap masalah dalam penulisan skrispi penulis. Serta yang selalu meberikan semangan dan meluangkan waktunya untuk mahasiswanya dengan sepenuh hati
7. Para dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat berharga demi penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh responden penelitian di Kelurahan Blimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan jawaban dan data yang sangat membantu kelancaran penelitian ini.

9. Sahabat-sahabat terbaik Toby, Grace, Putri, yang hadir bukan hanya untuk merayakan keberhasilan, tetapi juga menemani ditengah proses yang penuh tantangan. Terima kasih telah menjadi penghibur di kala penat dan penyemangat, dan juga kepada rekan seperjuangan di STIE Malangkuçeçwara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga segala kebaikan, doa, dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak yang membutuhkan, serta menjadi amal jariyah yang bermanfaat di masa depan.

Malang, 9 Agustus 2025

Penulis,



Zafisyah Iswahyudi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten tiktok dan loyalitas pengguna terhadap perubahan perilaku konsumen. Konten tiktok adalah unggahan media pada suatu sosial media bernama tiktok yang salah satu tujuannya adalah untuk berjualan. Sedangkan loyalitas pengguna adalah kesetiaan pengguna sosial media yang membuat pengguna lebih memiliki keinginan untuk menggunakan sosial media tersebut. Perubahan perilaku konsumen adalah perubahan yang dilakukan konsumen karena suatu dorongan eksternal maupun internal dan dapat merubah menjadi lebih baik maupun lebih buruk. Pada penelitian ini, konten tiktok dan loyalitas pengguna berpengaruh signifikan positif secara parsial ($\text{sig.} < 0,05$) yang menunjukkan bahwa semakin banyak konten tiktok yang diminati dan semakin tinggi loyalitas pengguna akan meningkatkan perubahan perilaku konsumen yang membuat konsumen dapat lebih konsumtif untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: Konten Tiktok, Loyalitas Pengguna, Perubahan Perilaku Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tiktok content and user loyalty on changes in consumer behavior. Tiktok content is media uploads on a social media called tiktok, one of which is to sell. Meanwhile, user loyalty is the loyalty of social media users which makes users have more desire to use social media. Changes in consumer behavior are changes made by consumers due to an external or internal push and can change for the better or worse. In this study, TikTok content and user loyalty have a partially positive significant effect (sig. <0.05) which shows that the more TikTok content that is of interest and the higher user loyalty will increase changes in consumer behavior that make consumers more consumptive to make purchases.

Keywords: Tiktok Content, User Loyalty, Changes in Consumer Behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT ORISINALITAS	iv
SURAT BUKTI RISET	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Tinjauan Teori	4
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.3 Model Konseptual Penelitian	9
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	9
BAB 3 METODE PENELITIAN	11
3.1 Jenis Penelitian	11
3.2 Populasi dan Sampel	11

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran	12
3.4 Metode Pengumpulan Data	13
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	14
3.6 Metode Analisis.....	15
BAB IV PEMBAHASAN.....	17
4.1 Gambaran Umum.....	17
4.2 Analisis Deskriptif.....	18
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	21
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	23
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	25
4.6 Uji Hipotesis	26
4.7 Pembahasan.....	27
BAB V PENUTUP	30
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Kontribusi Penelitian	30
5.3 Keterbatasan Penelitian	30
5.4 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	35

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	7
3.3 Operasional Variabel	12
3.4 Skala Pengukuran Likert.....	13
4.1 Tabel Penyebaran Kuesioner	18
4.2 Tabel Jenis Kelamin.....	18
4.3 Tabel Rentang Umur	19
4.4 Tabel Rata-rata Penghasilan	19
4.5 Analisis Deskriptif Variabel Konten Tiktok (X1).....	20
4.6 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pengguna (X2)	20
4.7 Analisis Deskriptif Variabel Perubahan Perilaku (Y).....	21
4.8 Hasil Uji Validitas.....	22
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	22
4.10 Hasil Uji Normalitas	23
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	24
4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas	24
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	25

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Teori Penelitian	29
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	35
Lampiran 2: Tabel Tabulasi Responden	38
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	44
Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik	46
Lampiran 5: Analisis Regresi Linier Berganda	47