

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL TIKTOK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN THRIFTING
(STUDI KASUS AKUN TIKTOK BUYMEE CLOTHES)**

SKRIPSI

OLEH

RATNA LISTI MUDZALIFAH

201810325260



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok Dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Pakaian Thrifting. (Studi Kasus Pada Akun
Tiktok Buymee Clothes)

Nama Mahasiswa : Ratna Listi Mudzalifah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325260

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENYETUJUI,



Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting. (Studi Kasus Pada Akun Tiktok Buymee Clothes)

Nama Mahasiswa : Ratna Listi Mudzalifah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325260

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 14 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE., MM

NIDN 0305087310

Penguji I : Neng Siti Komariah., S.E., M.M.

NIDN 0327128105

Penguji II : Widi Winarso., S.E., M.M.

NIDN 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting. (Studi Kasus Pada Akun Tiktok Buymee Clothes) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 18 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Ratna Listi Mudzalifah

201810325260

ABSTRAK

Ratna Listi Mudzalifah. 201810325260. Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting (Studi Kasus pada akun Tiktok Buymee Clothes)

Salah satu media sosial yang memiliki banyak penggemar saat ini adalah Tiktok. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang digunakan Buymee Clothes untuk memperkenalkan dan menjual produknya. Dengan harga yang bervariasi. Penelitian ini ditujukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh promosi Media Sosial Tiktok dan Harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen dari Buymee Clothes yang mengikuti Akun Tiktok Buymee Clothes. Dengan Jenis penelitian Kuantitatif dan metode pengumpulan data adalah dengan menyebarkan Kuesioner melalui *Google Form* kepada 100 Responden, dengan penentuan sampel menggunakan rumus Hair. Dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda melalui Aplikasi SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel X Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga secara parsial dan simultan berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting.

Kata Kunci : Promosi Media Sosial Tiktok, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ratna Listi Mudzalifah. 201810325260. *The Effect of Tiktok Social Media Promotion and Prices on Thrifting Clothing Purchase Decisions (Case Study on Tiktok Buymee Clothes)*

One of the social media that has many fans today is Tiktok. Tiktok is a social media platform used by Buymee Clothes to introduce and sell its products. With varying prices. This study aims to test whether there is an effect of Tiktok and Price Social Media promotions on purchasing decisions. The population in this study are Buymee Clothes consumers who follow the Buymee Clothes Tiktok account. The type of research is quantitative and the data collection method is by distributing questionnaires via Google Form to 100 respondents, with the determination of the sample using the Hair formula. sampling technique is non-probability sampling with purposive sampling method. Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis through the SPSS 25 application. The results of this study indicate that the two variables X Tiktok Social Media Promotion and Price partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for thrifting clothes.

Keywords : Tiktok Social Media Promotion, Price and Purchase Decisions



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting (Studi Kasus pada Akun Tiktok Buymee Clothes)”***. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar sarjana ekonomi program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, S.E., M.S. Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM Selaku Dosen Perwakilan Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Yang Telah membantu meluangkan waktu untuk Memberikan semangat dan supportnya, memberikan ilmu serta Bimbingan, Doa, Waktu dalam proses penulisan skripsi sehingga skripsi berjalan dengan lancar.
6. Kepada Ibu Neng Siti Komariah., S.E., M.M dan Bapak Agus Dharmanto., S.E., M.M selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk

menguji Hasil Penelitian Skripsi pada Sidang Seminar Proposal dan Sidang Skripsi

7. Kepada orang tua yaitu, Mama Hj Siti Maryam yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan semangat yang tiada hentinya. Dan Ayah H. Sarto Wiyono yang selalu mensupport dan mendoakan.
8. Sahabat seperjuangan, Niken, Luthfia, Alfira, Shindy, Vatika, Tiara, Shafira, Kartika, dan Khoirul Setiawan yang selalu membantu dan mensupport dalam menyelesaikan penulisan skripsi peneliti.
9. Dan seluruh teman-teman baik dari luar Universitas maupun dalam Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen Angkatan 2018 yang sama sama sedang berjuang dengan peneliti selama 4 tahun ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu secara langsung, yang telah memberikan bantuan dan supportnya kepada peneliti hingga skripsi ini selesai.
11. Seluruh Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam pengumpulan data.
12. Sebagai Penutup, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung membantu peneliti untuk menyusun skripsi ini sampai selesai.

Bekasi, 10 Juni 2022

RATNA LISTI MUDZALIFAH

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Promosi.....	9
2.1.3 Fungsi Promosi	10
2.1.4 Bauran Promosi	11
2.2 Media Sosial	12

2.2.1	Pengertian Media Sosial	12
2.2.2	Keuntungan Menggunakan Media Sosial.....	13
2.2.3	Jenis-Jenis Media Sosial.....	13
2.3	Promosi di Media Sosial Tiktok	14
2.3.1	Dimensi Promosi Media Sosial	15
2.3.2	Indikator Media Sosial Tiktok.....	16
2.4	Harga	17
2.4.1	Tujuan Dari Penetapan Harga.....	17
2.4.2	Strategi Penetapan Harga.....	18
2.4.3	Indikator Harga.....	19
2.5	Keputusan Pembelian	19
2.5.1	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.6	Penelitian Terdahulu.....	21
2.7	Kerangka Berfikir	30
2.8	Pengaruh Antar Variabel	30
2.8.1	Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.9	Hipotesis	31
2.9.1	Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.9.3	Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1	Desain Penelitian	33

3.2	Tahapan penelitian.....	34
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	35
3.4	Operasional Variabel	36
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.5.1	Tempat Penelitian	37
3.5.2	Waktu Penelitian.....	37
3.6	Populasi Dan Sampel.....	38
3.6.1	Populasi	38
3.6.2	Sampel	38
3.6.3	Ukuran Sampel	38
3.6.4	Kriteria Sampel.....	39
3.7	Metode Pengumpulan Data	39
3.7.1	Jenis dan Sumber Data	39
3.7.2	Kuesioner.....	40
3.8	Metode Analisis Data	41
3.9	Uji Kualitas Data	41
3.9.1	Uji Validitas.....	41
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.10	Uji Asumsi Klasik	42
3.10.1	Uji Normalitas	42
3.10.2	Uji Multikolonieritas	43
3.10.3	Uji Heteroskedasitas	43
3.11	Uji Hipotesis	43
3.11.1	Regresi Linier Berganda.....	43
3.11.2	Uji Determinan/Koefisien R ²	44
3.11.3	Uji F (Serempak/simultan)	44

3.11.4 Uji T (parsial)	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Profil Usaha	46
4.1.1 Logo Buymee Clothes	47
4.2 Hasil Kuesioner	47
4.2.3 Analisis Deskriptif	47
4.2.3.1 Analisis Karakteristik Responden	47
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3.1. Uji Kualitas Data	55
4.3.1.1 Uji Validitas	55
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	58
4.3.2.1 Uji Normalitas	58
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas	60
4.3.2.3 Uji Heteroskedastistas	61
4.3.3 Uji Hipotesis	62
4.3.3.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	62
4.3.3.2 Uji Determinan/Koefisien R ²	64
4.3.3.3 Uji F (SIMULTAN)	65
4.3.3.4 Uji T (PARSIAL)	66
4.4. Hasil Pembahasan.....	67
4.4.1 Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	67
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4.3 Pengaruh Promosi Media Sosial Tiktok dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V PENUTUP.....	71

5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi Manajerial.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74



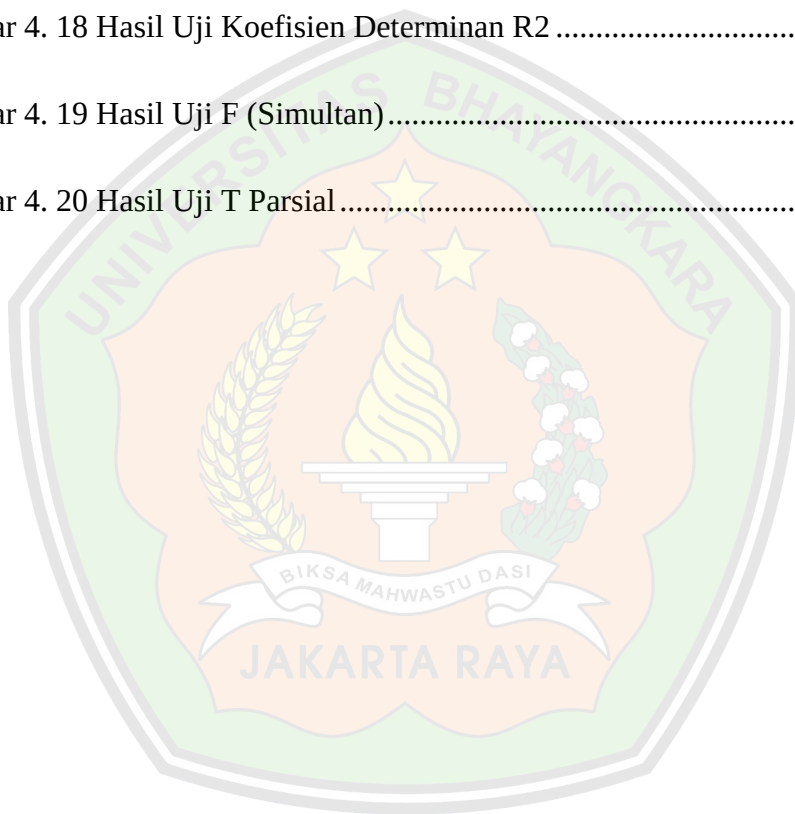
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Pakaian Thrifting.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 4. 1 Tabel Data Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pembelian Pakaian... PerBulan	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Tiktok Tahun 2022.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Buymee Clothes bulan Juli – September 2021	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 3. 1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	35
Gambar 4. 1 Logo Buymee Clothes	47
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	50
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Pembelian... Pakaian perBulan	51
Gambar 4. 6 Diagram Batang Karakteristik Konsumen yang Memiliki Akun Tiktok	52
Gambar 4. 7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian Pakaian Thrifting pada Akun Tiktok Buymee Clothes	53
Gambar 4. 8 Diagram Batang Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pakaian Thrifting yang dibeli	54
Gambar 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1	57
Gambar 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2	57
Gambar 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	58
Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	59

Gambar 4. 13 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P Plot of Regression Standarized Residual	59
Gambar 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Gambar 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastistas Dengan Gletjer	61
Gambar 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastistas Dengan Scatterplot.....	62
Gambar 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Gambar 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinan R^2	64
Gambar 4. 19 Hasil Uji F (Simultan).....	65
Gambar 4. 20 Hasil Uji T Parsial	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Plagiasrm

Lampiran 2 Uji Referensi Skipsi

Lampiran 3 Lampiran Kuesioner

Lampiran 4 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Tabulasi Data Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

Lampiran 6 Hasil Uji SPSS 25

Lampiran 7 Tabel R

Lampiran 8 Tabel T

Lampiran 9 Tabel F

Lampiran 10 Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

