

Pengaruh Iklan, *Sistem Cash on Delivery*, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang)

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



ANNISA OCTAVIANI
NIM: 1961201146

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan, Sistem Cash on Delivery, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang)
Nama : Annisa Octaviani
NIM : 1961201146
Prodi/Konsentrasi : S1 Manajemen/Manajemen Pemasaran

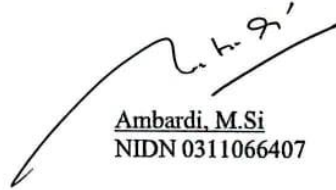
Telah diujikan pada tanggal 26 Agustus 2023 di hadapan Tim Penguji Sidang Skripsi dan dinyatakan lulus.

Pembimbing,



Imal Istimal, S.E, M.Si
NIDN: 0311057505

Penguji,



Ambardi, M.Si
NIDN 0311066407

Ketua Program Manajemen



Ayi Muhyidin, S.E, M.M
NIDN: 0304019004

Wakil Rektor I Bidang Akademik



Sula Budi, S.E, M.Si
NIDN: 0009057901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, Sistem Cash on Delivery, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang)” 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 skripsi ini. Jika di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan bilamana diperlukan. Terima kasih.

Jakarta, Agustus 2023



Annisa Octaviani
NIM: 1961201146

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil alamin, dengan rasa syukur yang mendalam, akhirnya tugas skripsi ini terselesaikan juga. Persembahan tugas akhir dan rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada:

1. Allah Subhanahuwata'ala atas berkah dan rahmat-Nya sehingga bisa terselesaikan kuliah dan tugas skripsi ini.
2. Orangtua tercinta (Mama, Papa) serta adik- adik tercinta dan keluarga besar eang kaku pono wiharjo.
3. Sahabat WAG 'Kelompok Diskusi' seangkatan: Mariyanih dan Diah
4. Rekan-rekan kerja PT Tunasagro Indolestari yang mendukung dan memberikan semangat.
5. Para dosen yang memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Teman-teman kuliah angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat (kelas Sahril).

Semoga Allah Subhanahuwata'ala merahmati dan memberikan kemudahan dalam segala urusan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirohim,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahuwata'ala* atas Rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah: Pengaruh Iklan, Sistem Cash on Delivery, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang). Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen S1, ITB Ahmad Dahlan Jakarta. Penulis menyadari banyak pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Imal Istimal, S.E, M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran serta masukkan kepada penulis.
2. Bapak Ambardi M.Si selaku Dosen penguji skripsi ITB Ahmad Dahlan Jakarta.
3. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan, serta seluruh staf pegawai ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang melayani segala proses administrasi selama proses penelitian berlangsung.
4. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Dan akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Tangerang, Agustus 2023

Annisa Octaviani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Pengertian Iklan	10
2.1.5 Tujuan Iklan	10
2.1.6 Jenis-Jenis Iklan	11
2.1.7 Indikator Iklan.....	12
2.1.8 Pengertian Pengertian Sistem Cash On Delivery (COD).....	12
2.1.9 Indikator Cash On Delivery (COD)	13
2.1.10 Pengertian Promosi	13
2.1.11 Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim	14
2.1.12 Indikator Promo Gratis Ongkir	14
2.1.13 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.14 Pengertian Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.15 Pengertian TikTok	16
2.1.16 Indikator Aplikasi TikTok.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17

2.3	Kerangka Pemikiran.....	19
2.3.1	Definisi Operasional.....	20
2.4	Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Objek dan Waktu Penelitian.....	23
3.2.1	Objek Penelitian.....	23
3.2.2	Waktu Penelitian.....	23
3.3	Variabel Penelitian.....	24
3.3.1	Variabel Bebas (Independen).....	24
3.3.2	Variabel Terikat (Dependen).....	24
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1	Studi Lapangan.....	25
3.5.2	Studi Pustaka.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Sampel.....	27
3.6.1	Populasi.....	27
3.6.2	Sampel.....	28
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	28
3.8	Teknik Analisa Data.....	28
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.2	Uji Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
4.1.1	Fitur TikTok Shop.....	35
4.2	Deskripsi Data.....	35
4.2.1	Karakteristik Responden.....	35
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria.....	36
4.2.3	Statistika Deskriptif.....	39
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan.....	41
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel COD.....	46
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Promo Gratis Ongkir.....	51
4.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	57
4.3	Analisis Dan Interpretasi Hasil.....	63
4.3.1	Uji Instrumen Data.....	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	70
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3.5	Uji Hipotesis.....	73
4.3.6	Interpretasi Hasil.....	75
BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	24
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	36
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Download</i> TikTok	37
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Fitur TikTok Shop....	38
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja <i>via</i> Fitur TikTok Shop.....	38
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pesanan Belanja TikTok Shop Perbulan.....	39
4.8 Stastistik Deskriptif.....	40
4.9 Pernyataan Kuesioner Satu Variabel Iklan (X_1).....	41
4.10 Pernyataan Kuesioner Dua Variabel Iklan (X_1).....	41
4.11 Pernyataan Kuesioner Tiga Variabel Iklan (X_1)	42
4.12 Pernyataan Kuesioner Empat Variabel Iklan (X_1)	42
4.13 Pernyataan Kuesioner Lima Variabel Iklan (X_1)	43
4.14 Pernyataan Kuesioner Enam Variabel Iklan (X_1)	43
4.15 Pernyataan Kuesioner Tujuh Variabel Iklan (X_1)	44
4.16 Rangkuman Pernyataan Variabel Iklan (X_1).....	44
4.17 Pernyataan Kuesioner Satu Variabel Sistem COD (X_2)	46
4.18 Pernyataan Kuesioner Dua Variabel Sistem COD (X_2).....	46
4.19 Pernyataan Kuesioner Tiga Variabel Sistem COD (X_2)	47
4.20 Pernyataan Kuesioner Empat Variabel Sistem COD (X_2).....	48
4.21 Pernyataan Kuesioner Lima Variabel Sistem COD (X_2).....	48
4.22 Pernyataan Kuesioner Enam Variabel Sistem COD (X_2)	49
4.23 Rangkuman Pernyataan Variabel Sistem COD (X_2).....	49
4.24 Pernyataan Kuesioner Satu Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	51
4.25 Pernyataan Kuesioner Dua Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	52
4.26 Pernyataan Kuesioner Tiga Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	52
4.27 Pernyataan Kuesioner Empat Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	53
4.28 Pernyataan Kuesioner Lima Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3).....	53
4.29 Pernyataan Kuesioner Enam Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	54
4.30 Pernyataan Kuesioner Tujuh Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	54
4.31 Rangkuman Pernyataan Variabel Promo Gratis Ongkir (X_3)	55
4.32 Pernyataan Kuesioner Satu Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.33 Pernyataan Kuesioner Dua Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.34 Pernyataan Kuesioner Tiga Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.35 Pernyataan Kuesioner Empat Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.36 Pernyataan Kuesioner Lima Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.37 Pernyataan Kuesioner Enam Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.38 Rangkuman Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.39 Uji Validitas Variabel Iklan	63

4.40 Uji Validitas Iklan	64
4.41 Uji Validitas Variabel Sistem Cash On Delivery (COD)	64
4.42 Uji Validitas Sistem Cash On Delivery (COD)	65
4.43 Uji Validitas Variabel Promo Gratis Ongkos Kirim	65
4.44 Uji Validitas Promo Gratis Ongkos Kirim	66
4.45 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	66
4.46 Uji Validitas Keputusan Pembelian	66
4.47 Uji Realibilitas Iklan	67
4.48 Uji Realibilitas Sistem Cash On Delivery (COD).....	67
4.49 Uji Realibilitas Promo Gratis Ongkir.....	68
4.50 Uji Realibilitas Keputusan Pembelian	68
4.51 Uji Normalitas	69
4.52 Uji Multikolinearitas	69
4.53 Uji Heteroskedastissitas	70
4.54 Hasil Regresi Linear Berganda	71
4.55 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	72
4.56 Hasil Uji T (Parsial)	73
4.57 Hasil Uji F (Simultan).....	75

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
4.1 Tanggapan Variabel Iklan (X1)	45
4.2 Tanggapan Variabel Ssitem Cash On Delivery (COD) (X2).....	50
4.3 Tanggapan Variabel Promo Gratis Ongkir (X3).....	56
4.4 Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Perkembangan Sosial <i>Commerce</i>	4
2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi.....	84
2. Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi.....	85
3. Poster Seminar Proposal Skripsi.....	86
4. Surat Pernyataan Telah Merevisi Proposal Skripsi.....	87
5. Surat Permohonan Penelitian.....	88
6. Surat Balasan Penelitian Dari Kampus ITB Ahmad Dahlan Karawaci- Tangerang.....	89
7. Surat Tugas Dosen Pembimbing.....	90
8. Daftar Bimbingan Dosen <i>via</i> Siakad.....	91
9. Dokumen Kuesioner Penelitian.....	92
10. Daftar Tabel Pernyataan Kuesioner.....	93
11. Identitas Responden.....	97
12. Hasil Kuesioner.....	98
13. Surat Pernyataan Ketersediaan Merevisi Skripsi.....	98
13. Cek Turniti Plagiatisme.....	107
14. Riwayat Hidup.....	109