

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
PADA MAHASISWA KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Satia Rizki Lestari Br Gm
190910334**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
PADA MAHASISWA KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Satia Rizki Lestari Br Gm
190910334**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Satia Rizki Lestari Br Gm
Npm : 190910334
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE TIKTOKSHOP PADA MAHASISWA KOTA BATAM”

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Juli 2023



Satia Rizki Lestari Br Gm

190910334

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
PADA MAHASISWA KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Satia Rizki Lestari Br Gm
190910334**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Juli 2023



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan aplikasi ini telah mendorong TikTok untuk secara resmi menghadirkan fitur terbaru di Indonesia yang disebut TikTok Shop. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sifat dari penelitian ini adalah bentuk dari garis umum penelitian yang bersifat deskriptif. Teknik pengambilan sampel tergolong *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada 223 responden yaitu Mahasiswa di Kota Batam. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. variabel independent promosi, kemudahan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian e-commerce TikTok Shop pada mahasiswa di Kota Batam. Variabel promosi, kemudahan dan keputusan berpengaruh secara signifikan dan bersifat positif terhadap keputusan pembelian e-commerce TikTok Shop pada mahasiswa di Kota Batam. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel independen dan variabel dependen lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The increasing use of this application has encouraged TikTok to officially present the latest feature in Indonesia called TikTok Shop. In this study, researchers used quantitative research methods. The nature of this research is a form of a general line of descriptive research. The sampling technique is classified as non-probability sampling with purposive sampling. The data collection method used in this research is a questionnaire distributed to 223 respondents, namely students in Batam City. In this study using the SPSS program. independent variables of promotion, convenience and trust have a significant influence on TikTok Shop e-commerce purchasing decisions for students in Batam City. Promotion, convenience and decision variables have a significant and positive effect on TikTok Shop e-commerce purchasing decisions for students in Batam City. It is hoped that the results of this study can be used as a reference for future researchers to develop this research by considering other independent variables and dependent variables that have not been examined in this study.

Keywords : *Promotion, Convenience, Trust, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI selaku rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Ketua Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh pihak (Objek penelitian) Batam atas izin dan kesempatan yang diberikan pada penelitian ini;
8. Seluruh teman dan rekan yang telah memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya.

Batam, 24/Juli/2023



Satia Rizki Lestari Br Gm

190910334



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Dasar	13
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Sifat Penelitian.....	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sample	33
3.5 Sumber Data	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Definisi Operasional Variabel	37

3.8 Metode Analisis Data.....	39
3.9 Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.4 Analisis Data.....	57
4.5 Pembahasan.....	68
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82
Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	82
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	129
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktik TikTok tahun 2020	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Logo TikTok Shop	49
Gambar 4. 2 Diagram Histogram	60
Gambar 4. 3 Diagram <i>P-Plot of Regression Standadized Residual</i>	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Poin permasalahan konsumen dalam membuat keputusan pembelian di TiktokShop	4
Tabel 1. 2 Data perolehan Nilai Transaksi Bruto/ <i>Gross Merchant Value</i> (GMV). 5	
Tabel 1. 3 Faktor mempengaruhi kepercayaan dalam keputusan pembelian pada TiktokShop	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	32
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester Ganjil 2022.....	33
Tabel 3. 3 Penentuan Sampel Berdasarkan Rumus Slovin.....	35
Tabel 3. 4 Skala Likert	36
Tabel 3. 5 Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3. 6 Rentang Skala	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pembelian.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Pengolahan Jawaban Variabel Promosi	52
Tabel 4. 6 Hasil Pengolahan Jawaban Variabel Kemudahan	53
Tabel 4. 7 Hasil Pengolahan Jawaban Variabel Kepercayaan.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Pengolahan Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Promosi	57
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kemudahan.....	58
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Kepercayaan	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Test	62
Tabel 4. 15 Uji heterokedasitas.....	63
Tabel 4. 16 Uji multikolonieritas	63
Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4. 18 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	66
Tabel 4. 19 Uji t	67
Tabel 4. 20 Uji F	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala	39
Rumus 3. 2 Uji Validitas Korelasi	40
Rumus 3. 3 Cronbach Alpha	41
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda.....	43
Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Rumus 3. 6 Uji T.....	46
Rumus 3. 7 Uji F.....	46