

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *RATING* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA TIKTOK SHOP  
(SURVEI PADA GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK)**



**Oleh :**

**ALIYA SAFITRI**

**NPM: 21.1.02.80192**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *RATING* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA TIKTOK SHOP  
(SURVEI PADA GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK)**



**Oleh :**

**ALIYA SAFITRI**

**NPM: 21.1.02.80192**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, RATING DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA TIK TOK SHOP  
(SURVEI PADA GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIK TOK)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi : Manajemen**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Program Studi: Manajemen**



**ALIYA SAFITRI**

**NPM:21.1.02.80192**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *RATING*  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* PADA TIKTOK SHOP (SURVEI PADA  
GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ALIYA SAFITRI**

**NPM: 21.1.02.80192**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 10 Mei 2025

Susunan Tim Penguji :


Ketua : Prof. Dr. Suwitho, M.Si.  
Anggota : 1. Dr. Heru Suprihadi, M.S., C.P.M.  
2. Dr. Firdaus Marsahala Sitohang, S.E., M.M.

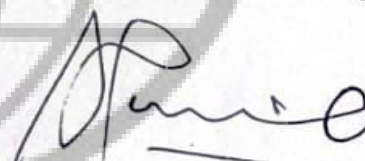
Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Prof. Dr. Suwitho, M.Si..

  
Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Prof. Dr. Nur Fauziah Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah inim saya :

Nama : **ALIYA SAFITRI**

N.P.M : **21.1.02.80192**

Menyatakan bahwa skripsi

Dengan judul :

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, RATING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA TIKTOK SHOP (SURVEI PADA GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK)**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 10 Mei 2025, adalah hasil karya saya .

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 10 mei 2025  
Yang membuat pernyataan

  
METERAI  
TEMPEL  
ECC0FAMX446652924  
**ALIYA SAFITRI**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Aliya Safitri  
NPM : 2110280192  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Bangkalan, 02 November 2001  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 4/2  
Alamat Rumah : Pacar Kembang 3/88  
Status :

### B. ORANG TUA

Nama : Sulaiman  
Alamat Rumah/Telepon : Pacar Kembang 3/88  
Alamat Kantor/Telepon : 085231082445  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN JANTEH 02 Kwanyar, Bangkalan
2. Tamat SLTP di MTS SUNAN CENDANA Kwanyar 2015-2018
3. Tamat SLTA di SMAN 1 KWANYAR 2018-2020
4. Pendidikan Tinggi (PT)

| Nama PT | Tempat   | Semester | Tahun     | Keterangan |
|---------|----------|----------|-----------|------------|
| STIESIA | Surabaya | I-VII    | 2021-2025 | -          |

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

| Tahun | Bekerja di | Pangkat/Golongan | Jabatan |
|-------|------------|------------------|---------|
| -     | -          | -                | -       |
|       |            |                  |         |

Dibuat dengan sebenarnya

FOTO

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji Syukur alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, RATING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA TIKTOK SHOP (SURVEI PADA GEN Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK)**.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Saya menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna sekalipun dilakukan dengan sebaik-baiknya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, do'a, bimbingan dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan tulus ikhlas dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S., E M.Si., CA. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwito., M.Si selaku Ketua Prodi Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, dan memberikan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan memperoleh nilai yang sangat memuaskan.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang sudah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
4. Teruntuk Cinta pertamaku Bapak Sulaiman dan pintu surgaku Ibu Khotimah. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan

hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana dan termasuk menjadi anak sarjana pertama di keluarga . Satu hal yang perlu bapak ibu ketahui,saya sangat menyayangi dan mencintai kalian berdua. Tolong hidup lebih lama lagi di dunia ini. Izinkan saya untuk mengabdikan dan membalas segala pengorbanan yang kalian lakukan selama ini.

5. Saudara kandung saya Kamila dan Nurul Aliyatur Rohmah,yang turut memberikan doa, dan dukungan bagi penulis untuk selalu tetap semangat mengerjakan Tugas Akhir ini, mendengarkan semua keluh kesah yang dialami hingga memberikan solusi atas semua permasalahan yang sedang dialami. Menjadi tempat cerita paling nyaman.
6. Terimakasih kepada teman saya Eka Putri Patresia, yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkah yang dilewati untuk mencapai gelar sarjana dengan menyelesaikan skripsi ini.

Surabaya,10 Mei 2025

Aliya Safitri

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....</b>                         | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....</b>                       | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....</b>                               | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>                     | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN PERNYATAAN.....</b>                               | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>                                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                     | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                       | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>   | <b>xv</b>   |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                 | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 10          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                     | 10          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                    | 10          |
| 1.4.1 Manfaat Praktis .....                                     | 11          |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis .....                                    | 11          |
| 1.4.3. Manfaat Kebijakan .....                                  | 11          |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....                               | 11          |
| <b>BAB 2 TINJUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>  | <b>12</b>   |
| 2.1 Tinjauan Teoritis .....                                     | 12          |
| 2.2 Rerangka Pemikiran .....                                    | 23          |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis.....                                 | 24          |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>                             | <b>27</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari populasi Penelitian..... | 27          |
| 3.1.1. Jenis Penelitian .....                                   | 27          |
| 3.1.2 Gambaran Dari Populasi (Objek) Penelitian.....            | 27          |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....                  | 28        |
| 3.2.1 Penentuan Jumlah Anggota Sampel.....           | 28        |
| 3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel .....                | 29        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                    | 30        |
| 3.3.1 Jenis Data .....                               | 30        |
| 3.3.2 Sumber Data .....                              | 30        |
| 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                  | 31        |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel ..... | 32        |
| 3.4.1 Variabel Penelitian .....                      | 32        |
| 3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....             | 32        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                       | 37        |
| 3.5.1 Uji Instrumen Data .....                       | 39        |
| 3.5.2 Analisis Deskriptif .....                      | 40        |
| 3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....          | 40        |
| 3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....                        | 41        |
| 3.5.5 Uji Kelayakan Model.....                       | 44        |
| 3.5.6 Uji Hipotesis.....                             | 45        |
| <b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>47</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                           | 47        |
| 4.2 Pembahasan .....                                 | 68        |
| <b>BAB 5 PENUTUP.....</b>                            | <b>72</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                 | 72        |
| 5.2 Keterbatasan.....                                | 73        |
| 5.3 Saran.....                                       | 73        |
| <b>DAFTAR PENELITIAN .....</b>                       | <b>75</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                          | <b>76</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                          | <b>78</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....                               | 22 |
| Tabel 2 Pengukuran Variabel dengan Skala Likert .....            | 31 |
| Tabel 3 Karakteristik berdasarkan Usia.....                      | 49 |
| Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 50 |
| Tabel 5 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan TikTok .....        | 51 |
| Tabel 6 Tanggapan Reponden Terhadap Social Media Marketing ..... | 52 |
| Tabel 7 Tanggapan responden Berdasarkan Rating .....             | 53 |
| Tabel 8 Tanggapan responden Berdasarkan Persepsi Harga.....      | 55 |
| Tabel 9 Tanggapan responden Berdasarkan Purchase Intention ..... | 57 |
| Tabel 10 Uji Validitas.....                                      | 59 |
| Tabel 11 Uji Reliabilitas .....                                  | 60 |
| Tabel 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....         | 61 |
| Tabel 13 Hasil Uji Normalitas.....                               | 63 |
| Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....                       | 64 |
| Tabel 15 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser.....    | 65 |
| Tabel 16 Hasil Uji F .....                                       | 66 |
| Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                   | 66 |
| Tabel 18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....                        | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia .....        | 2  |
| Gambar 2 Rerangka Pemikiran.....                             | 23 |
| Gambar 3 Hasil uji normalitas menggunakan geafik p-plot..... | 64 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner penelitian.....                          | 78  |
| Lampiran 2 Tabulasi Responden.....                              | 83  |
| Lampiran 3 Analisis Deskriptif Identitas Respoden.....          | 85  |
| Lampiran 4 <i>Uji Validitas Social Media Marketing</i> .....    | 86  |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....                          | 93  |
| Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....              | 94  |
| Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....                            | 95  |
| Lampiran 8 Hasil Uji Multiloniaritas .....                      | 95  |
| Lampiran 9 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser..... | 96  |
| Lampiran 10 Hasil Uji Kelayakan Model.....                      | 96  |
| Lampiran 11 surat Tugas .....                                   | 98  |
| Lampiran 12 Kartu konsultasi Bimbingan.....                     | 99  |
| Lampiran 13 Surat izin riset .....                              | 100 |
| Lampiran 14 Sertifikat Seminar Hasil.....                       | 101 |
| Lampiran 15 Berita Acara.....                                   | 102 |
| Lampiran 16 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....                | 103 |
| Lampiran 17 Hasil Plagiasi.....                                 | 104 |

