

**PENGARUH EFEKTIVITAS TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA CHESTER CLOTHING INDUSTRI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Muhammad Kaspul Anuar

19.92.0202

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH EFEKTIVITAS TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA CHESTER CLOTHING INDUSTRI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Muhammad Kaspul Anuar

19.92.0202

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

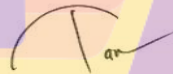
PENGARUH EFEKTIVITAS TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CHESTER CLOTHING INDUSTRI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Kaspul Anuar
19.92.0202

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada , 9 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.,
NIK. 190302303

PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH EFEKTIVITAS TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CHESTER CLOTHING INDUSTRI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Kaspul Anuar
19.92.0202

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada, 5 Juli 2023

Nama Penguji

Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M
NIK. 190302587

Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.
NIK. 190302303

Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M
NIK. 190302308

Tanda Tangan





Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan (S. Bns)
Pada, 5 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK.190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Juli 2023



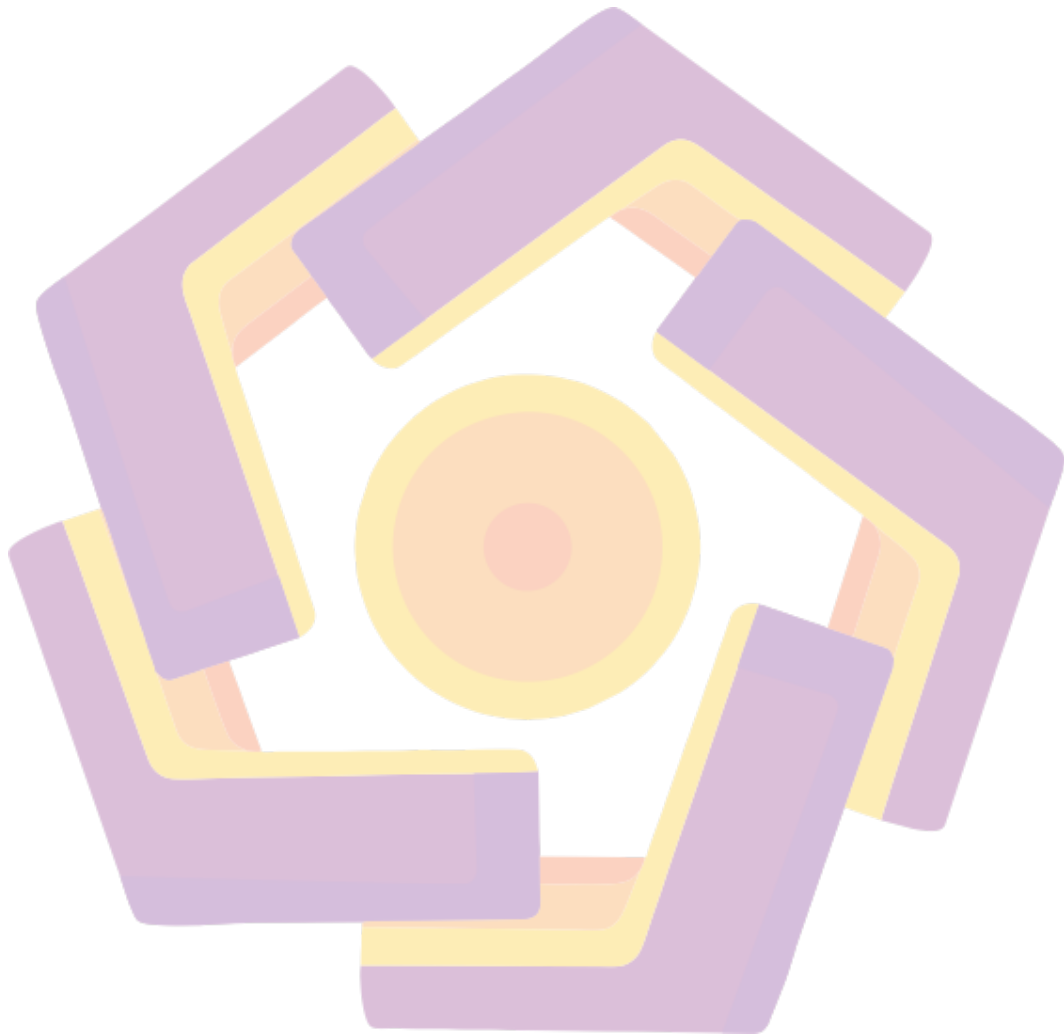
Muhammad Kaspul Anuar
NIM. 19.92.0202

PERSEMBAHAN

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi.
5. Chester Clothing Industri selaku perusahaan yang telah membantu dan berkenan untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
7. Kedua orang tua serta adik dan kakak penulis yang selalu memberi kasih sayang, mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi sampai saat ini dengan lancar.
8. Depi Sapitri yang selalu mendukung, mendoakan dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.
9. Teman-teman Prodi Kewirausahaan Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih yang sudah mendoakan, memberikan semangat, memotivasi dan membantu penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.
10. Teman Kos Restu Ibu yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dukungan selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia yang pada hakikatnya tidak luput dari kesalahan sehingga penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Efektivitas Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Chester Clothing Industri Yogyakarta**” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 juli 2023



Muhammad Kaspul Anuar

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Bab	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Tik Tok	6
2.1.2. Efektivitas Tik Tok	9
2.1.3. Indikator Efektivitas Tik Tok.....	10
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4.1. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.5. Pengaruh Efektivitas Tik Tok	14
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21

2.4. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Sumber Data.....	22
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4. Populasi Dan Sampel	23
3.4.1. Populasi.....	23
3.4.2. Sampel.....	23
3.5. Variabel Penelitian.....	24
3.5.1. Variabel Independen (X).....	24
3.5.2. Variabel Dependen (Y).....	24
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7. Uji Validitas Dan Reliabilitas	25
3.7.1. Uji Validitas	26
3.7.2. Uji Reliabilitas	26
3.8. Analisis Data	27
3.9. Uji Hipotesis	27
3.10. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.10.1.1. Uji Normalitas	28
3.10.1.2. Uji Heteroskedastisitas	28
3.10.1.3. Uji Multikolinearitas.....	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.1. Sejarah Umum Chester Clothing Industri.....	30
4.1.2. Visi Dan Misi Chester Clothing Industri	31
4.1.2.1. Visi	31
4.1.2.2. Misi.....	31
4.1.3. Struktur Organisasi	32
4.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	32
4.2.1. Efektivitas Tiktok (X).....	32

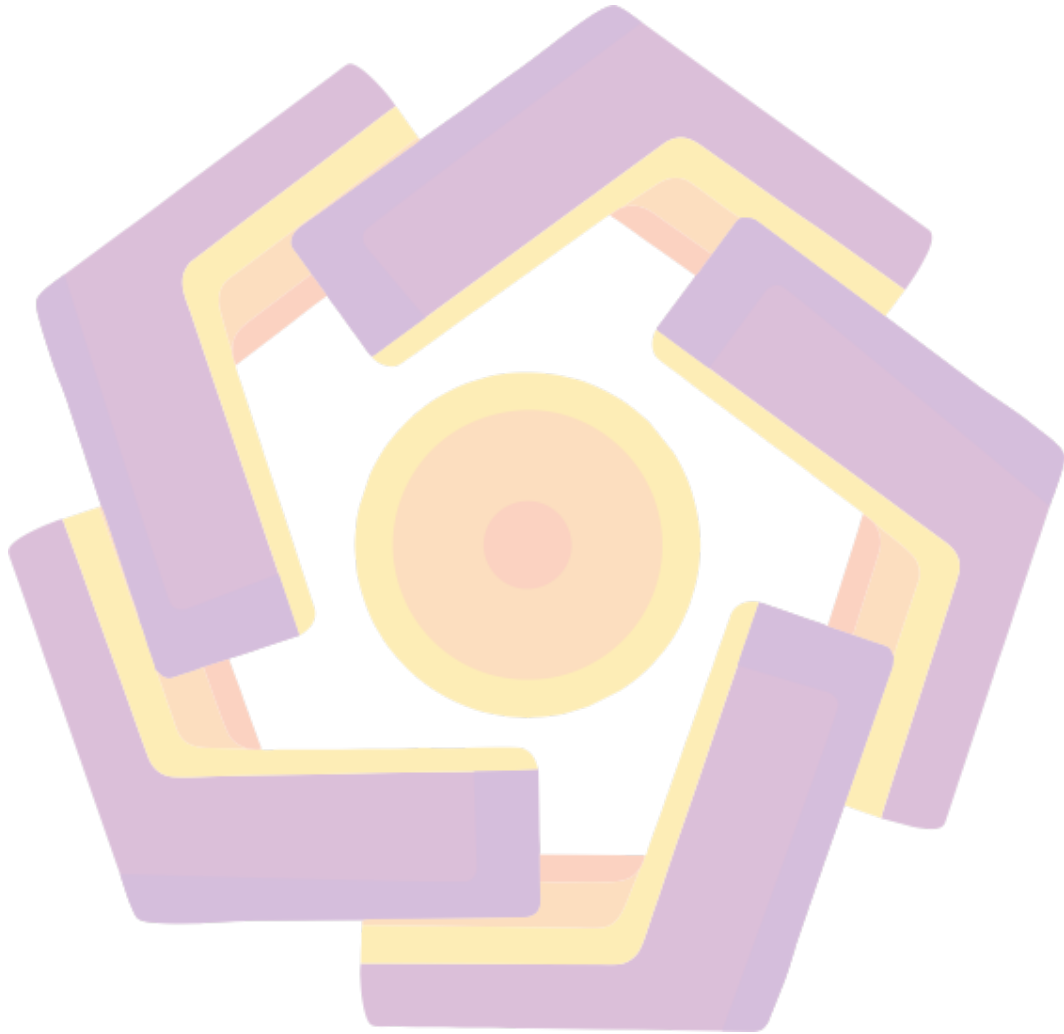
4.2.2. Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	35
4.3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	37
4.3.1. Uji Validitas	37
4.3.2. Uji Reliabilitas	40
4.4. Hasil Analisis Data.....	42
4.4.1. Regresi Linear Sederhana	42
4.5. Uji Hipotesis	43
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	44
4.6.1. Uji Normalitas.....	44
4.6.2. Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.6.3. Uji Multikolinearitas	45
4.7. Pembahasan	45
BAB 5 PENUTUP.....	46
5.1. Kesimpulan	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X	32
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Tiktok (X)	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efektifitas Tiktok (X)	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)....	41
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linear Sederhana	42
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46

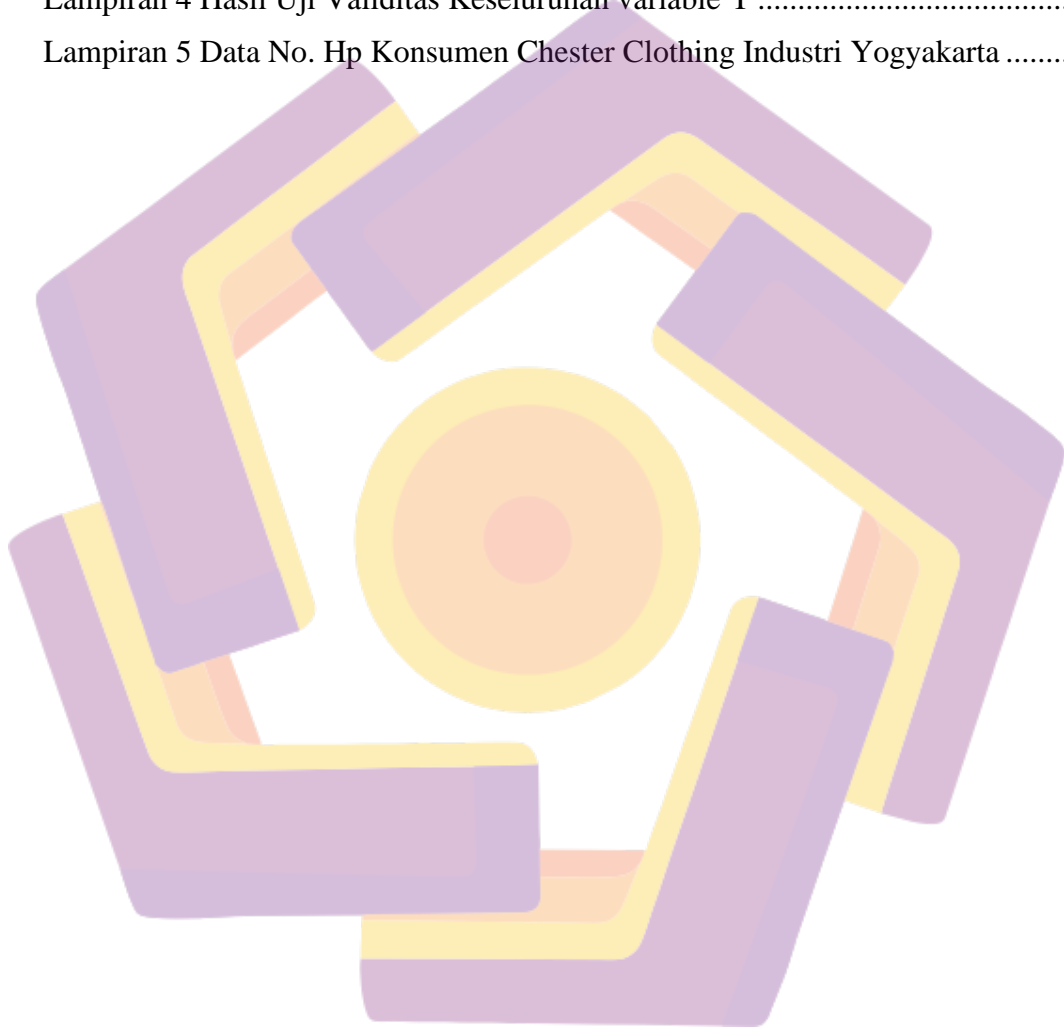
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Kegiatan Operasional Chester Clothing Industri	30
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Chester Clothing Industri	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan Kuesioner.....	48
Lampiran 2 Hasil Olah Data Kuesioner	49
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Variabel X	50
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Keseluruhan variable Y	51
Lampiran 5 Data No. Hp Konsumen Chester Clothing Industri Yogyakarta	52



INTISARI

Perkembangan media sosial saat ini dapat memberikan wadah bagi pelaku usaha untuk melakukan promosi bahkan penjualan pada berbagai *platform* salah satunya Tik Tok. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris adanya pengaruh efektivitas Tik Tok terhadap keputusan pembelian konsumen pada Chester Clothing Industri. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pembeli di Chester Clothing Industri yang menggunakan aplikasi Tik Tok sebanyak 150 Orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yang kemudian diperoleh sampel sebanyak 60 responden, sedangkan data diolah menggunakan *google form* dengan menggunakan skala *Likert*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan aplikasi *software IBM SPSS 27 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efektivitas Tik Tok berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian Efektivitas Tik Tok berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chester Clothing Industri.

Kata Kunci: Efektivitas Tik Tok, Keputusan Pembelian Konsumen, Tik Tok

ABSTRACT

The current development of social media can provide a platform for businesses to carry out promotions and even sales on various platforms, one of which is Tik Tok. This study aims to test and obtain empirical evidence of the influence of the effectiveness of Tik Tok on consumer purchasing decisions in the Chester Clothing Industry. This research is a research with quantitative methods. The population in this study were 150 buyers in the Chester Clothing Industry who used the Tik Tok application. The sampling technique used the Slovin formula which then obtained a sample of 60 respondents, while the data was processed using a Google form using a Likert scale. The technique used in this study is simple linear regression analysis using the IBM SPSS 27 for windows software application. The results showed that the effectiveness of Tik Tok influences consumer purchasing decisions with a significance of $0.000 < 0.05$. Thus the effectiveness of Tik Tok influences consumer purchasing decisions in the Chester Clothing Industry.

Keywords: *Tik Tok Effectiveness, Consumer Purchase Decision, Tik Tok*

