

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN *E-SERVICE QUAILITY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH JEMBER  
TAHUN 2020**

**SKIRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**Oleh :  
RAFIUDIN  
20.1041.1190**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2025**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda dibawah ini:

Nama : Rafiudin

Nim : 2010411190

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benar bahwa karya ilmiah yang berupa skripsi ini dengan judul: **PENGARUH HARGA, PROMOSI, E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER 2020**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam berberapa kutipan substansi telah sebutkan sumbernya belum pernah di ajukan pada institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan, saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh saksi akademik dan siap di tuntutan di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut

Jember, 13 february 2025

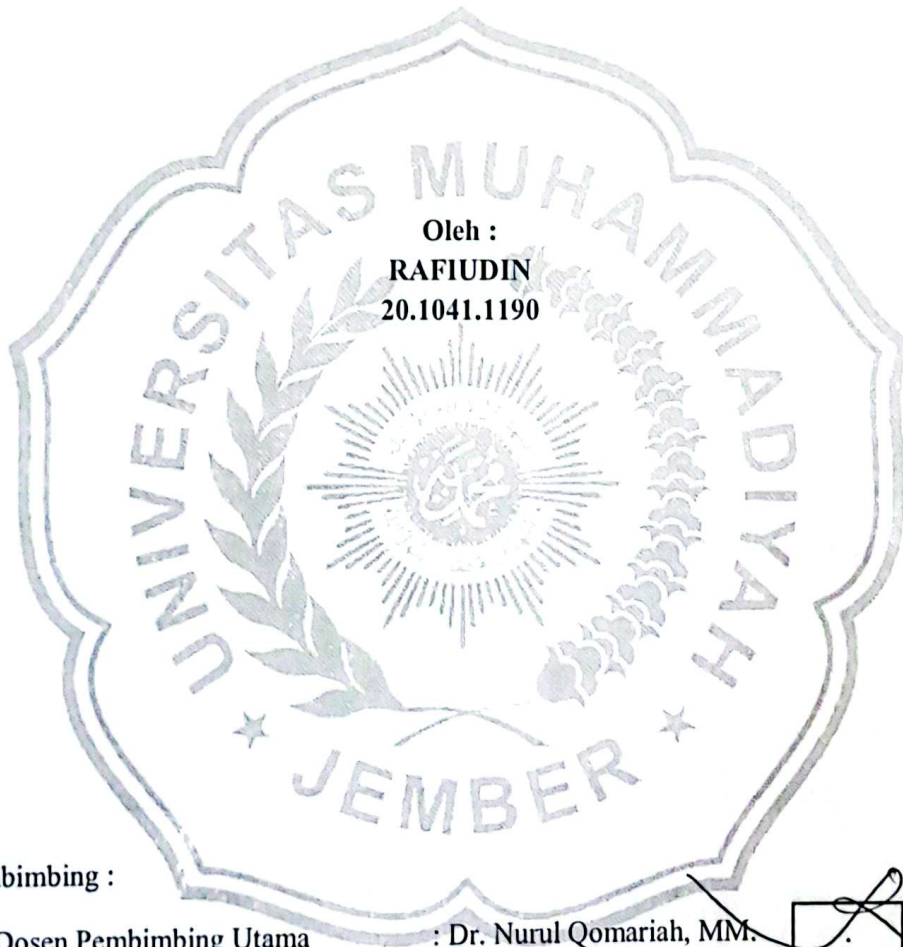


Rafiudin

NIM. 2010411190

SKRIPSI

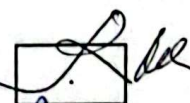
PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH JEMBER  
TAHUN 2020




Oleh :  
RAFIUDIN  
20.1041.1190

Pembimbing :

1. Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, MM.
2. Dosen Pembimbing Pendamping : Maheni Ika Sari, SE., MM.

  
[Signature]

  
[Signature]

## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul: Pengaruh *Promosi Harga Dan E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember Tahun 2020 Telah Diuji Dan Disah Kan Oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Nama : Rafiudin  
Nim : 2010411190  
Tanggal : 13 Februari 2025  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji

  
Dr. Haris Hermawan, SE., MM.  
NPK 1968101011503640

Dosen pembimbing 1

Dosen pembimbing 2

  
Dr. Nurul Qomariah, MM.  
NPK 1967081010603426

  
Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP 197708112005012001

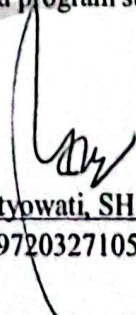
Mengesahkan

Dekan

Ketua program studi



Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP 197708112005012001

  
Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.  
NPK 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil alamin puji sukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan berfikir dan kenahagiannya sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berupa skripsi ini dengan baik. dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini diantaranya:

1. Orang tua saya, bapak Muhammad Rasid dan ibu Umamah tercintan dan tersayang dengan tulus membesarkan saya, mendidikku dan selalu mendoakan saya dengan tiada hentinya pada solatnya
2. Keluarga besar saya , Bapak Rasmu, Ibu Rahma, Bapak Alm Syafi', Ibu Maridah, Bapak Pusidin, Ibu Maryati, yang selalu menasehati saya dalam banyak hal terutama pada pendidikan
3. Saudara saya Mohammat Holla dan Siti Khoriyanh, Alm Erlina Wati, Bapak Rasidi dan Ibu Nurmina, Bapak Bei dan Ibu Iis, Mohammat Rosi, Muhammad Zakir Jaylani, Muhammad Royhan Firdaus, Siti Layla Mufidah, Balkis Kalista Maharani, terimakasih banyak atas selalu mensport saya dalam keadaan kurang semangat dalam melakukan perkuliahan
4. Temen-temen ku mas Rafi Atsnan Winata, Muhammad Alfian Jamil, Mas Ogin, Moh. Aditya Prima Mabruri, Aditya Pratama, Roscupon Algeri,. Terimakasih banyak sudah menemani saya dalam memikirkan untuk menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini
5. Keluarga besar IMM Komisariat Akademos ketua umum Hasan Randi, ketua umum Fabani Yasin Abdillah, ketua umum Hastanti Nindita Safitri, dan Zainal Abidin, Alfian Jamil, Alfani, Aliya Dessy, Riyyah, Dani, Sandy, Ridho, Rama, Fathan, Kholisah, Ikrimah, Rani, Varadina, dan saya memohon maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu
6. Keluarga besar manajemen kelas F dan E bersama almamater Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan

## MOTTO

dari Jabir bin Abdillah radhiyallahu Anhu ia berkata, Rasulullah SAW bersabda: "Orang mukmin itu ramah dan diperlakukan dengan ramah. Tidak ada kebaikan bagi orang yang tidak ramah. dan sebaik-baiknya manusia adalah orang yang bermanfaat bagi orang yang lain.

" (HR. Ath-Thabrani dalam Kitab Al Awsath)

“Kesuksesan Adalah Perjalanan, Bukan Tujuan”

“Keberhasil Di Mulai Dari Keputusan untuk Mencoba”



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatulwahi wabarkatuh

Puja dan puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “pengaruh promosi, harga, e-service quality terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah jember tahun 2020”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah agar memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hanafi, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH.,SE.,MM. Selaku Ketua Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM. Selaku dosen pembimbing I Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM. Selaku dosen pembimbing II saya yang selalu membimbing serta memberi masukan dan saran dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE.,MM. Selaku Dosen Penguji saya yang bersedia memberikan saran dan arahan yang bermanfaat untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan segenap ilmu yang bermanfaat kepada penulis, khususnya dosen Prodi Manajemen.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yang tidak dapat ditulias satu persatu.

Atas segala bekal dan amal baik yang diberikan kepada penulis, semoga diberikan balasan oleh Allah SWT dengan sebaik baik mungkin dan semoga semua berbahagia. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan referensi yang bermanfaat bagi para pembaca. Fastabiquil Khairat,

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2,Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
2.4 Hipotesis Penelitian.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Identifikasi Penelitian .....	20
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.3 Desain Penelitian.....	22
3.4 Jenis Data.....	23
3.5 Populasi .....	23
3.6 Sampel .....	23
3.7 Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.9 Teknik Analisis Data .....	24
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	27
4.2 Statistik Deskriptif Respoden.....	28
4.3 Analisis data.....	42



4.4 Pembahasan .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN .....</b>	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.1 Jenis Kelamin usia pekerjaan dan memiliki media sosial.....	32
Tabel 4.2 Saya Menilai promosi di Tiktok Shop dapat dengan mudah dijumpai di beberapa sosial media (X1.1).....	33
Tabel 4.3 Saya menilai membeli produk di Tiktok Shop dari <i>personalselling</i> yang menarik (X.1.2).....	34
Tabel 4.4 Saya menilai produk – produk di Tiktok Shop dikenal di masyarakat dengan produk yang menawarkan banyak promosi (X1.3).....	34
Tabel 4.5 Saya menilai produk-produk di Tiktok Shop puji melakukan promosi yang sesuai dengan para konsumennya (X1.4).....	35
Tabel 4.6 Produk – produk di Tiktok Shop menjual produk secara langsung kepada para pengguna aplikasi (X1.5) .....	36
Tabel 4.7 Harga – harga yang ada di Tiktok Shop terjangkau dan cenderung lebih murah (X2.1).....	37
Tabel 4.8 Harga – harga yang ada di Tiktok Shop sesuai dengan kualitas produk (X2.2).....	37
Tabel 4.9 Harga – harga yang ada di Tiktok Shop terjangkau dari pada pesaing dengan produk yang sama (X2.3).....	38
Tabel 4.10 Harga – harga yang ada di Tiktok Shop sesuai dengan manfaat produk yang diberikan (X2.4)	39
Tabel 4.11 Saya menilai Tiktok Shop handal dalam menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (X3.1).....	39
Tabel 4.12 Tiktok Shop cepat dan tanggap ketika dalam proses belanja sedang berlangsung (X3.2).....	40
Tabel 4.13 Tiktok Shop menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen saat belanja sedang berlangsung (X3.3).....	41
Tabel 4.14 Tiktok Shop memiliki fitur pelayanan yang memudahkan saat proses belanja berlangsung (X3.4).....	42
Tabel 4.15 Tiktok Shop memiliki pelayanan yang mudah dirasakan dan menjadi keunggulan perusahaan (X3.5).....	42
Tabel 4.16 Membeli produk di Tiktok Shop karena lebih murah dan berkualitas (Y.1).....	43
Tabel 4.17 Membeli produk di Tiktok Shop karena merek yang beragam dan lengkap (Y.2).....	44
Tabel 4.18 Membeli produk di Tiktok Shop karena keunggulan yang ditawarkan seperti diskon gratis ongkir dan fitur live (Y.3) .....	45
Tabel 4.19 Membeli produk di Tiktok Shop Karena bisa diakses setiap waktu (Y.4).....	45
Tabel 4.20 Data hasil uji validitas.....	47
Tabel 4.21 Data Hasil uji Reabilitas .....	48
Tabel 4.22 Data Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.23 Data hasil Uji Multikolonieritas .....	49
Tabel 4.24 Data Uji Heterokadastisitas.....	50
Tabel 4.25 Data Hasil Uji Linier Berganda.....	50
Tabel 4.26 Data Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.27 Data Hasil Koefisien Determinasi (R2) .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi Penggunaan <i>E-Commerce</i> di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Penguna Aktif Tiktok Shop dan Tokopedia .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Data Bulasi Kuesioner.....	65
Lampiran 3. Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	82
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	88
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	90
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik .....	91
Lampiran 7. Uji Regresi Linier Berganda .....	92
Lampiran 8. R Tabel .....	93
Lampiran 9. T Tabel .....	98
Lampiran 10. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	102

