

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

**(STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN BINA DARMA
PALEMBANG ANGGARAN 2020-2022)**



Disusun Oleh:

VONI KARNELIA

201510025

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Strata Satu
pada
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS BINA DARMA
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

**(STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN BINA DARMA
PALEMBANG ANGGARAN 2020-2022)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen**

OLEH

VONI KARNELIA

201510025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
TAHUN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP
(STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN BINA DARMA
PALEMBANG ANGKATAN 2020-2022)**

Voni Karnelia

201510025

KARYA AKHIR

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Strata Satu
Pada Program Studi Manajemen**

Menyetujui,


Palembang, 20 Agustus 2024

Program Studi Manajemen

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Pembimbing



Sabelli Aliya, S.E., M.M

Dekan




Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Karya akhir yang berjudul "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN BINA DARMA PALEMBANG ANGGARAN 2020-2022)" telah dipertahankan didepan komisi penguji 20 Agustus 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

1. Sabeli Aliya, S.E., M.M

(.....)

2. Drs. Mukran Roni., M.BA

(.....)

3. Wiwin Agustian, S.E., M.M

(.....)

Palembang, 20 Agustus 2024

Program Studi Manajemen

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

Dr. Trisninawati, S.E., M.M

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : **Voni Karnelia**

Nim : **201510025**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang dan di Perguruan tinggi lain.
 2. Karya Akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing dan penguji.
 3. Karya Akhir ini isinya tidak terdapat karya atau pendapat isinya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan kedalam daftar rujukan.
 4. Saya bersedia jika Karya Akhir saya dilakukan pengujian Turnitin untuk mengecek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik.
 5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
- Demikian pernyataan ini dibuat sesungguhnya dan penuh rasa tanggungjawab.

Palembang, 20 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada mahasiswa manajemen universitas bina darma Palembang. Menerapkan metode penelitian kuantitatif, dan sampel sejumlah 120 responden, Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji signifikan parsial (uji t) digital marketing memperoleh nilai signifikan sebesar $<,001$ dan *electronic word of mouth* Dengan demikian berarti *variabel digital marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di tiktok shop.

Kata kunci: Digital marketing, electronic word of mouth, keputusan pembelian

ABSTRACT

The objective of this research is to examine the influence of digital marketing and electronic word of mouth on purchasing decisions on TikTok Shop among management students at Bina Darma University, Palembang. The study employs a quantitative, The research sample consists of 120 management students. The data was analyzed using multiple linear regression. The partial significance test (t-test) results show that digital marketing has a significant value of <0.001 , and electronic word of mouth. Therefore, this means that the variables of digital marketing and electronic word of mouth have a positive and significant impact on purchasing decisions in the TikTok Shop.

Keywords : Digital marketing, electronic word of mouth, purchasing decision

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al – Insyirah, 94 : 5-6)

“Tidak ada perjuangan tanpa rasa sakit, tapi percayalah sakitnya sementara dan Bahagia akan terasa selamanya”

(Voni Karnelia)

Persembahan Untuk :

- **Kedua Orang tuaku**
- **Saudara – saudaraku**
- **Teman Seperjuanganku**
- **Almamaterku**
- **Universita Bina Darma bermutu**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, syalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan besar kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya sampai akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adanya tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Sarjana Srata Satu (S1) pada program studi manajemen

Dalam penyusunan ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, petunjuk, nasihat dan Pelajaran dari semua pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada:

- Prof Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang
- Dr. Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora
- Dr. Trisninawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
- Sabeli Aliya. S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- Pintu Surgaku, Ibunda Mira, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan semangat serta do'a yang tiada hentinya sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana

- Superhero dan Cinta pertamaku, Ayahanda Muhamar Kadafi, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan tinggi, Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan baik berupa kasih sayang maupun materi yang penulis sendiri mungkin tidak bisa lakukan, sehingga membuat penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana
- Kepada Adik-adiku tersayang, Mona, Vivi Ellica, Afifah Alesha Kadafi, terimakasih selalu menjadi penyemangat, mendukung dan selalu menjadi pendengar keluh kesah penulis hingga bisa menyelesaikan studi sampai sarjana
- Kepada Anabulku, Totoro Yamaguchi, Lulu Amairah, Item, Jennie Aliagardo, Adho, Upin, Ipin, Fizi dan Ehsan, terimakasih sudah menjadi Penyemangat dikala penulis patah semangat
- Kepada sahabatku Andini Putri Kanedi dan Azzahra Nadia Putri, terimakasih sudah selalu memberikan semangat, dukungan bagi penulis agar tetap berjuang menyelesaikan studi sampai sarjana
- Sahabat Seperjuangaku, Indria Elvina dan Meisa Priantika, terimakasih sudah saling menguatkan dan berjuang sampai akhir sehingga penulis dan sahabatku ini bisa menyelesaikan studi sampai sarjana
- Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, terimakasih sudah memberikan semangat, dukungan dan menjadi pendengar yang baik sehinggalah penulis dapat menyelesaikan studi sampai sarjana

- Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang Angkatan 2020-2022, terimakasih sudah membantu dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi
- Terakhir, terimakasih kepada Voni Karnelia, yaitu diri sendiri, karena telah mampu berjuang keras sejauh ini. Mampu bertahan hingga saat ini sehingga dapat menyelesaikan studi sampai sarjana

Sekian, penulis ucapkan terimakasih penulis juga haturkan untuk semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis, meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan kearah yang lebih baik. Kebenaran datangny dari Allah SWT. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua.

Penulis

(Voni Karnelia)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14

2.1.3 Digital Marketing.....	15
2.1.4 Electronic Word Of Mouth.....	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.1 Teori Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembeli.....	34
2.3.2 Teori Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli.....	34
2.3.3 Teori Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli.....	35
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Operasional Variabel.....	39
3.3 Jenis Sumber Data.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1 Populasi.....	43
3.5.2 Sampel.....	44
3.6 Teknik Analisis.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	46

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.1 Uji Normalitas.....	47
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	47
3.7.3 uji Heteroskedatisitas.....	48
3.7.4 uji Heteroskedatisitas.....	48
3.8 Uji Hipotesis.....	49
3.8.1 Uji Simultan.....	49
3.8.2 Uji Parsial.....	50
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi R.....	50
3.9 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Deskripsi Responden.....	52
4.1.1.1 Jenis Kelamin Respodnen.....	52
4.1.1.2 Angkatan Responden.....	53
4.2 Teknik Analisis.....	53
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	53
4.2.2 Uji Validitas.....	58
4.2.3 Uji Realibilitas.....	61

4.2.4 Uji Normalitas.....	62
4.2.5 Uji Multikolineritas.....	63
4.2.6 Uji Heteroskedasitisitas.....	63
4.2.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.2.1 Uji F (simultan).....	66
4.2.2 Uji T (Parsial).....	67
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi R ²	69
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Respon.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Angkatan Responden.....	53
Tabel 4.3 Uji Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4.4 Tabulasi Responden Variabel Digital Marketing (XI).....	54
Tabel 4.5 Tabulasi Responden Variabel Electronic Word of Mouth (X2).....	56
Tabel 4.6 Tabulasi Responden Variabel Keputusan Pembeli (Y).....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word Of Mouth.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedasitisitas Glejer.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Pengujung Terbanyak Di Indonesia 2024.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Data Uji Validitas.....	96
Lampiran 3 Data Uji Validitas.....	105
Lampiran 4 Data Uji Realibilitas.....	108
Lampiran 5 Data Uji Normalitas.....	109
Lampiran 6 Data Uji Multikolnearitas.....	110
Lampiran 7 Data Uji Heteroskedasitisitas Glejer.....	110
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda.....	110
Lampiran 9 Uji F.....	111
Lampiran 10 Uji T.....	111
Lampiran 11 Uji Determinasi R ²	111
Lampiran 12 Riwayat Hidup.....	112
Lampiran 13 Surat Tugas.....	113
Lampiran 14 Surat balasan perusahaan.....	114
Lampiran 15 Lembar pengajuan judul.....	115
Lampiran 16 Surat keputusan pembimbing.....	116
Lampiran 17 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	117
Lampiran 18 Surat Keterangan Lulus Seminar Hasil.....	118
Lampiran 19 Lampiran Turnitin.....	119
Lampiran 20 Lampiran LOA.....	