

PENGARUH PROMOSI, HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

ANNISA RISKY FIRDAUSIYAH

NPM. 21042010265

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Pengaruh Promosi, Harga, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Surabaya

Disusun Oleh :
ANNISA RISKY FIRDAUSIYAH
NPM. 21042010265

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK




Dr. Ganur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

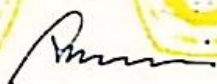
**Pengaruh Promosi, Harga, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Surabaya**

Oleh :

ANNISA RISKY FIRDAUSIYAH
NPM. 21042010265

**Telah dipertahankan dihadapan oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 25 Juni 2025**

Pembimbing Utama



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

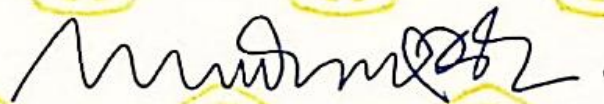
Tim Penguji

1. Ketua



Nurul Azizah, S.AB., M., AB
NIP. 199105012024062001

2. Sekretaris



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui
DEKAN

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANNISA RISKY FIRDAUSIYAH
NPM : 21042010265
Program : Sarjana (S1) / Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 05 JUNI 2025
Yang membuat pernyataan



ANNISA RISKY FIRDAUSIYAH
NPM. 21042010265

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Promosi, Harga, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Surabaya"* dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Penulisan skripsi ini merupakan hasil dari proses pembelajaran, penelitian, serta bimbingan yang melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional " Veteran "Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin.,S.Sos.,MM.,MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional " Veteran "Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan yang sangat berharga selama penulis menempuh pendidikan.
4. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi kepada penulis.

5. Teman-teman Administrasi Bisnis, atas bantuan, kerjasama, dan semangat yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun pembaca, serta menjadi kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

Surabaya, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori Pemasaran	8
2.2.2 Digital Marketing	8
2.2.3 Strategi Pemasaran	10
2.2.4.1 Definisi Promosi.....	11
2.2.4.2 Paradigma Promosi.....	12
2.2.5.1 Definisi Harga	12
2.2.5.2 Paradigma Harga	13
2.2.6.1 Definisi Online Customer Review	14
2.2.6.2 Paradigma Online Customer Review	15
2.2.7.1 Definisi Keputusan Pembelian	16
2.2.7.2 Paradigma Keputusan Pembelian	16
2.3 Kerangka Berfikir	17
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21
3.1.1 Promosi.....	21
3.1.2 Harga	23
3.1.3 <i>Online Customer Review</i>	25
3.1.4 Keputusan Pembelian	27

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.3 Teknik Penarikan Sampel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.6 Waktu Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	43
4.2 Analisis dan Pengujian Hipotesis	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3.1 Kurva Uji F	39
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	41

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Dimensi dan Item Kuesioner Promosi	23
Tabel 3.2 Dimensi dan Item Kuesioner Harga.....	25
Tabel 3.3 Dimensi dan Item Kuesioner <i>Online Customer Review</i>	27
Tabel 3.4 Dimensi dan Item Kuesioner Keputusan Pembelian	29
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Edukasi	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	53

ABSTRAKSI

Pengaruh Promosi, Harga, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Surabaya

Teknologi yang semakin berkembang ditandai dengan munculnya inovasi – inovasi yang memudahkan kegiatan manusia, salah satunya inovasi penggunaan media berbelanja *online*. Banyak media berbelanja *online* yang bersaing menciptakan fitur baru untuk menarik pengguna, khususnya aplikasi Tiktok. Tiktok berkembang menjadi aplikasi berbelanja online dengan menambahkan fitur online customer review. Hal ini semakin menambah persaingan antar penjual sehingga timbul persaingan harga dan promosi yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tiktok di Surabaya. Analisis yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dan *probability sampling* pada aplikasi SPSS 26. Sebanyak 100 responden yang menjadi sampel penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang telah menikmati layanan berbelanja melalui aplikasi Tiktok. Penelitian ini memberikan hasil signifikan antara variabel promosi, harga, dan *online customer review* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tiktok.

Kata kunci : *Promosi, Harga, Online Customer Review*

ABSTRACT

The Influence of Promotion, Price, Online Customer Review on Purchasing Decisions of TikTok Application Users in Surabaya

The increasingly developing technology is marked by the emergence of innovations that facilitate human activities, one of which is the innovation of using online shopping media. Many online shopping media compete to create new features to attract users, especially the TikTok application. TikTok has developed into an online shopping application by adding an online customer review feature. This further increases competition between sellers so that there is a variety of price and promotion competition. This study aims to determine the effect of promotion, price, online customer reviews on purchasing decisions for TikTok application users in Surabaya. The analysis used uses quantitative methods and probability sampling in the SPSS 26 application. A total of 100 respondents who were the sample of this study were people of Surabaya who had enjoyed shopping services through the TikTok application. This study provides significant results between the variables of promotion, price, and online customer reviews simultaneously on purchasing decisions on the TikTok application.

Keywords: *Promotion, Price, Online Customer Review*