

**PENGARUH *MENTAL DISCOUNTING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TIKTOKSHOP* DAN DISKON
PENJUALAN SEBAGAI MODERASI
SKRIPSI**



Oleh :

Aisyah Rahma Naura

21013010361/FEB/EA

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH *MENTAL DISCOUNTING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TIKTOKSHOP* DAN DISKON
PENJUALAN SEBAGAI MODERASI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Oleh :

**Aisyah Rahma Naura
21013010361/FEB/EA**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI
PENGARUH MENTAL DISCOUNTING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TIKTOKSHOP DAN DISKON PENJUALAN SEBAGAI MODERASI

Disusun Oleh:

Aisyah Rahma Naura

21013010361/FEB/EA

telah dipertahankan dihadapan

dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

pada tanggal 12 Januari 2025

Pembimbing Utama

a/n

Dra. Ec. Anik Yulianti, M.Aks

NIP. 196108311992032001

Tim Penguji:

Ketua

Condro Widodo, S.E., M.S.A

NIP. 199203272025061003

Anggota

Ulfa Puspa Wanti Widodo, S.A., M.Ak

NIP. 199209082022032003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP

NIP. 196304201991032001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS – JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294 Telp. Fax (031) 8722432
Email : akuntansi@upnjatim.ac.id web : <http://akuntansi.upnjatim.ac.id/>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Rahma Naura
NPM : 21013010361
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi 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, 12 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Aisyah Rahma Naura
NPM. 21013010361

KATA PENGANTAR

Tiada Kalimat yang pantas penulis ucapkan kecuali rasa Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Mental Discounting* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *TikTokshop* dan Diskon Penjualan sebagai Moderasi. Skripsi ini menyatakan tugas akhir penulis yang disusun guna memenuhi syarat meraih gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Veteran Jawa timur. Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak *support* baik secara materil dan moral yang diberikann kepada penulis. Oleh karena itu izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih atas segala bantuan, doa serta semangat yang telah diberikan utamanya kepada :

1. Yth. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Yth. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Yth. Tantina Haryati, S.E., M.Aks selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Yth. Dra. Ec. Anik Yuliati, M.Aks, selaku dosen pembimbing Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Ibunda tercinta, Orang tua yang paling penulis sayangi dan hormati atas segala kasih dan arahan dalam menempuh gelar ini, dukungan finansial yang tak pernah ia keluhkan kepada penulis
6. Adik – adik yang sangat penulis sayangi dan cintai, dua adik manis kecil yang akan selalu menjadi moodbooster penulis.
7. Saudari Maura Nathasya, Elsaday rita, Shalli arsyilia dan Ika Chandra Selaku rekan yang selalu ada dan mau direpotkan untuk penulis, selama penulis menyelesaikan skripsi ini

8. Saudara Sekly Ardan yang selalu mewarnai dan menyelamatkan kewarasan penulis dan memberikan motivasi dan bentuk hadiah kecil kepada penulis dan meyakinkan penulis bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran, masukan, serta kritik dari berbagai pihak untuk perbaikan dimasa mendatang

Gresik, 12 Januari 2025

Aisyah Rahma Naura

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori.....	16
2.2.1 Pengertian Teori <i>Mental discounting</i>	16
2.2.2 Pengertian Teori Persepsi Harga (<i>Price Perception</i>).....	16
2.2.3 Pengertian Teori Prospek.....	17
2.2.4 Pengertian Teori Perilaku konsumen.....	18
2.2.5 Pengertian <i>Discount</i>	21
2.2.6 Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	22
2.3 Kerangka berpikir dan Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Hubungan antara <i>Mental discounting</i> dan Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2 Hubungan Antara Harga dan Keputusan Pembelian	24
2.3.3 Hubungan antara Diskon Penjualan sebagai Variabel Moderasi.....	25
2.4 Kerangka Berpikir	28
2.5 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis, Subjek, dan Objek Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.3 Pengukuran Variabel.....	42
3.4 Teknik Penentuan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43

3.4.2	Sampling.....	43
3.4.3	<i>Purposive sampling</i>	45
3.4.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.5	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
3.4.6	Cara Kerja PLS.....	50
3.4.7	Langkah-Langkah PLS.....	51
3.4.8	Asumsi PLS.....	55
3.4.9	Ukuran Sampel.....	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1	Hasil Penelitian	58
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif	58
4.2	Gambaran Umum Responden	60
4.3	Deskripsi Variabel	62
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Mental discounting</i> (X1).....	62
4.3.2	Deskripsi Variabel Harga (X2)	63
4.3.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y1)	63
4.3.4	Deskripsi Variabel <i>Discount</i> Penjualan (Z).....	64
4.4	Hasil	64
4.4.1	Analisis Inferensial	64
4.5	Pembahasan	80
4.5.1	Hasil Pengujian Hipotesis	80
BAB V	PENUTUP.....	84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Keterbatasan Penelitian	86
5.3	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Eksplosif <i>TikTok</i> dari Peluncuran hingga 2024.....	2
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	42
Tabel 3. 2 Kriteria Responden Penelitian.....	45
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 3 Kecenderungan Tanggapan Responden Variabel <i>Mental discounting</i>	62
Tabel 4. 4 Kecenderungan Tanggapan Responden Variabel Harga.....	63
Tabel 4. 5 Kecenderungan Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 6 Kecenderungan Tanggapan Responden Variabel <i>Discount</i> Penjualan .	64
Tabel 4. 7 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i>	67
Tabel 4. 8 Hasil uji <i>Convergent Validity</i> menggunakan nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
Tabel 4. 9 Hasil <i>Cross Loading</i> Uji <i>Discriminant Validity</i>	69
Tabel 4. 10 Nilai <i>Latent Varibale Correlation AVE</i> dan Akar Kuadrat AVE	71
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	74
Tabel 4. 12 Nilai <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>R Square</i>	76
Tabel 4. 14 Hasil uji <i>Effect size</i> (F2)	77
Tabel 4. 15 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping direct effect</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Model Latent Variabel Penelitian	65
Gambar 4. 2 Output model PLS SEM Algorithm	76

**PENGARUH *MENTAL DISCOUNTING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOKSHOP DAN DISKON
PENJUALAN SEBAGAI MODERASI**Aisyah Rahma Naura

ABSTRAK

Penelitian ini guna menganalisa pengaruh *mental discounting* dan harga atas keputusan pembelian konsumen pada *platform TikTok Shop*, dengan diskon penjualan sebagai variabel moderasi serta implikasinya terhadap pencatatan pendapatan. Melaksanakan pendekatan kuantitatif dengan metoda survei terhadap 120 responden mahasiswa yang pernah bertransaksi secara daring, dan data dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menyatakan bahwa *mental discounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga juga terbukti memengaruhi keputusan pembelian, dan diskon penjualan memperkuat pengaruh *mental discounting* terhadap keputusan pembelian. Lebih lanjut, keputusan pembelian memiliki implikasi signifikan terhadap pencatatan pendapatan sesuai standar akuntansi yang berlaku. Temuan ini menegaskan bahwa strategi diskon dalam *social commerce* tidak hanya memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga berdampak pada transparansi dan keandalan pelaporan keuangan. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur interdisipliner dengan menghubungkan perilaku konsumen dan praktik akuntansi, sementara secara praktis memberikan rekomendasi bagi pelaku bisnis untuk merancang strategi promosi harga yang efektif sekaligus sesuai prinsip akuntansi.

Kata Kunci : *Mental discounting*; Keputusan Pembelian; *TikTok Shop*; Pencatatan Pendapatan; Diskon Penjualan