

**PENGARUH FITUR LIVE STREAMING TIKTOK,
FITUR TIKTOK ADS, DAN KONTEN PROMOSI
KREATIF DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
ALVIN BALINGA TUAH
20022000214**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alvin Balinga Tuah
Nomor Pokok : 20022000214
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Penelitian : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH FITUR LIVE STREAMING TIKTOK, FITUR
TIKTOK ADS, DAN KONTEN PROMOSI KREATIF DI
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Malang, 21 Maret 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Penelitian Manajemen

Dosen Pembimbing



Irany Widiyastiti, SE., M.M



Dr. Mokhamad Natsir .MM



Prof. Dr. Fajar Supanto., SE., M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

PENGARUH FITUR LIVE STREAMING TIKTOK, FITUR TIKTOK ADS, DAN
KONTEN PROMOSI KREATIF DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Alvin Balinga Tuah

220022000214

Telah diujikan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 22 Februari 2024

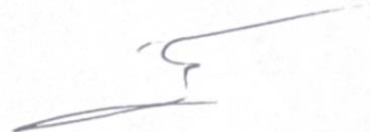
Susunan Dewan penguji

Penguji I



Krisnawuri Handayani, SE., MM

Penguji II



DRS H Kamaluddin MM

Dosen Pembimbing



Dr. Mokhamad Natsir .MM

Skripsi ini Telah Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 21 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Alvin Balinga Tuah

Nomor Pokok : 20022000214

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH FITUR LIVE STREAMING**

**TIKTOK, FITUR TIKTOK ADS, DAN KONTEN
PROMOSI KREATIF DI TIKTOK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

Alamat rumah asal : Jl. Hendrik Timang No.6A, Kel. Panarung,

Kec. Pahandut, Palangka Raya, Kalimantan
Tengah.

No.Tlp/Hp : 082154106687

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi di atas adalah benar benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk di cabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk di penggunaan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Maret 2024

Peneliti,



Alvin Balinga Tuah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alvin Balinga Tuah

Nomor Induk : 20022000214

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Penelitian : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Palangka Raya, 4 Juli 2003

Alamat : Jl. Hendrik Timang
No.6A, kel.
Pancarung, Kec.
Pahandut,
Palangka Raya,
Kalimantan Tengah

Nama Orang Tua (Ayah) : (alm.) Sehat Jaya
(Ibu) : Yanna Tunnaime, SE.

Riwayat Pendidikan :

2008 - 2013 : SDK Santo Yohanes Don Bosco

2014 - 2016 : SMPK Santo Paulus

2017 - 2019 : SMAN 2 Palangka Raya

2020 - 2024 : Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Pujian dan Syukur yang penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“PENGARUH FITUR LIVE STREAMING TIKTOK, FITUR TIKTOK ADS, DAN KONTEN PROMOSI KREATIF DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”*** ini dengan tepat waktu, sebagai syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ekonomi pada Program Penelitian Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam mengerjakan skripsi penelitian ini tentunya tidak hanya berbekal ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis juga mendapatkan bimbingan, motivasi, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irany Windhyastiti, SE., MM. selaku Krtua Prodi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Dr. Mokhamad Natsir .MM yang terkasih selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan waktunya untuk mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi ini, serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penelitian ini dengan sangat baik.
4. Seluruh Dosen dan Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan serta membantu seluruh urusan

administrasi yang penulis butuhkan.

5. Kepada orang tua penulis yaitu Ibu Yanna Tunaim yang sudah memberikan dukungan penuh secara materi maupun emosional. Terima kasih atas segala kerja keras dan dukungan dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
6. Kepada Trinova Adelina yang sudah memberikan dukungan dan saran selama peneliti mengerjakan skripsi. Terimakasih atas segala dukungan yang diberikan dalam proses pengerjaan skripsi ini
7. Sahabat dan teman-teman penulis, dari Kontrakan PGS yaitu Iking, Kevin, Dyong, Jojeng, Berau, Rio, Rion, Koko, Magnofy dan seluruh teman-teman lainnya yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan semangat, bantuan dan saran dan masukan kepada penulis sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas seluruh kebaikan kepada seluruh pihak. Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saya sebagai penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini serta bersedia dengan sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun.

Terakhir, penulis harap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 21 Maret 2024

Alvin Balinga Tuah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRAC</i>	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
1. Manfaat Teori	5
2. Manfaat Praktis.....	5
3. Bagi Penulis.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori	7
1. Grand theory	7

2. Live Streaming.....	8
3. Tiktok Ads.....	10
4. Konten Promosi Kreatif.....	13
5. Minat beli.....	16
6. Penelitian terdahulu.....	18
7. Kerangka Konseptual.....	22
B. Pengembangan Hipotesis.....	22
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Metode Penelitian.....	25
1. Definisi Operasional Variabel.....	25
2. Lingkup Penelitian.....	28
3. Lokasi Penelitian.....	29
4. Populasi dan Teknik pengambilan Sample.....	29
5. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
6. Jenis dan sumber data.....	31
7. Teknik pengumpulan data.....	32
8. Teknik analisis data.....	33
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Sejarah TikTok.....	38
2. Karakteristik Responden.....	38
3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	39
4. Analisis Deskriptif.....	40
5. Hasil Analisis Data.....	50
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
C. Keterbatasan Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu	18
Table 2 Definisi Operasional Variabel	26
Table 3 Tabel Bobot Alternatif Jawaban Responden	33
Table 4 Karakteristik Usia Responden	39
Table 5 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	39
Table 6 Deskriptif Variabel X1.....	40
Table 7 Deskriptif Variabel X2.....	42
Table 8 Deskriptif Variabel X3.....	45
Table 9 Deskriptif Variabel Y.....	47
Table 10 Uji Validitas	50
Table 11 Uji Realibilitas	51
Table 12 Uji Normalitas.....	52
Table 13 Uji Multikolinieritas	53
Table 14 Uji Regresi Linear Berganda	56
Table 15 Uji F	58
Table 16 Uji t	59
Table 17 Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 2 Nilai Residual	53
Gambar 3 Scatterplot.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	73
Lampiran 3 output spss.....	85
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi	99
Lampiran 5 Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	100
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi	101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menguraikan pengaruh dari Live Streaming TikTok, TikTok Ads, serta Konten Promosi kreatif di TikTok baik secara simultan maupun parsial terhadap keinginan pembelian konsumen. Distribusi kuesioner untuk penelitian ini akan dilaksanakan secara online melalui platform media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Twitter kepada 100 individu yang aktif menggunakan aplikasi TikTok. Pendekatan purposive sampling dipilih untuk seleksi sampel, sementara formula Lemeshow diaplikasikan dalam penentuan teknik pengambilan sampel. Untuk analisis data, digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini menegaskan bahwa baik Live Streaming TikTok, TikTok Ads, maupun Konten Promosi kreatif memiliki efek yang signifikan dan positif baik secara bersama-sama maupun secara individu terhadap keinginan pembelian konsumen. Di antara ketiganya, Konten Promosi Kreatif memiliki pengaruh dominan terhadap peningkatan keinginan pembelian konsumen. penelitian ini juga menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif yang menggunakan data berupa jawaban dari responden untuk diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak pengolah data yaitu SPSS. Kemudian hasil dari analisis data tersebut akan dijabarkan pada halaman hasil dan pembahasan penelitian dan dapat dijadikan acuan bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya yang ingin menjadikan penelitian ini sebagai acuan dari penelitian yang terbaru. Dari hasil dari penelitian ini juga dapat diketahui bahwa penelitian ini memberikan hasil yaitu pengaruh yang positif dan signifikan antara ketiga variabel x terhadap variabel y baik secara bersamaan ataupun secara individu dan juga terdapat salah satu variabel x yang berpengaruh dominan terhadap variabel y yaitu, variabel konten promosi kreatif yang memberikan pengaruh dominan terhadap variabel y atau minat beli konsumen yang diteliti.

Kata kunci : *Live Streaming, Tiktok Ads, Konten Promosi kreatif, Minat Beli Konsumen*

ABSTRAC

This study aims to understand and explain the influence of TikTok Live Streaming, TikTok Ads, and creative Promotional Content on TikTok, simultaneously and partially, on consumer purchase intention. The questionnaire distribution for this study will be conducted online through social media platforms such as Instagram, Whatsapp, and Twitter to 100 active users of the TikTok app. A purposive sampling approach was chosen for sample selection, while the Lemeshow formula was applied to determine the sampling technique. A multiple linear regression analysis technique was used for data analysis. The findings of this study confirm that TikTok Live Streaming, TikTok Ads, and Creative Promotional Content have a significant and positive effect both together and individually on consumer purchase intention. Among the three, Creative Promotional Content is dominant in increasing consumer purchase desire. This study also uses a quatitative method of research which uses the data in the form of answers from respondents to be processed and analyzed using data processing software namely SPSS. Then the results of the data analysis will be published on the results page and discussion of the research and can be used as a reference for readers as well as subsequent researchers who want to make this research as reference of the latest research. From the result of this study it can also be seen that this study gives results that is a positive and significant influence between the three x variables on the y variable both simultaneously or individually and also there is one of the x variables that is dominant influence on the y variable that is the content of the creative promotion variable that gives a dominant effect on the y variable or consumer interest in buying in this research.

Keywords : Live Streaming, Tiktok Ads, Creative Promotion Content, Consumer Purchase Interest