



**PENGARUH DISKON, WORD OF MOUTH (WOM) DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TIKTOK SHOP DI JAKARTA**

SKRIPSI

Oleh :

Nofitri Rahmadina

21101073

UNIVERSITAS TRILOGI
Program Studi Manajemen S1
Jakarta
2025



**PENGARUH DISKON, WORD OF MOUTH (WOM) DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TIKTOK SHOP DI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Nofitri Rahmadina

21101073

UNIVERSITAS TRILOGI
Program Studi Manajemen S1
Jakarta
2025



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Nofitri Rahmadina
NIM	:	21101073
Jenjang Pendidikan	:	Strata-1
Program Studi	:	Manajemen
Judul	:	Pengaruh Diskon, (word of mouth) WOM, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace di Jakarta.
Tanggal Sidang	:	22 Agustus 2025

Disetujui Oleh:

(Asep Imam Sujoni Sungkawa, SE., MM.)

Dosen Pembimbing

Disahkan Oleh:

(Dr. Aty Herawati)

Dekan Fakultas

Ekonomi, Bisnis Dan Humaniora

Diketahui Oleh:

(Fanny Suzuda Pohan, SE., MM.)

Ketua Program Studi Manajemen



LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Pada hari, Jumat, 22 Agustus 2025 telah diselenggarakan Ujian Sidang Tugas Akhir dengan topik penelitian: "Pengaruh Diskon, word of mouth (WOM), Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop Di Jakarta" untuk memenuhi sebagai prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Trilogi, bagi mahasiswa:

Nama : Nofitri Rahmadina
NIM : 21101073
Program Studi : Manajemen

telah dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji yang terdiri dari:

<u>Nama</u>	<u>Status</u>	<u>Tanda tangan</u>
1. Budi Suryowati, SE., MM.	- Ketua Sidang	
2. Asep Imam Sujoni Sungkawa, SE., MM.	- Dosen Pembimbing	



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini, menyatakan bahwa tugas akhir yang saya serahkan untuk maju ujian sidang adalah murni hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme (penjiplakan).

Apabila pada saat ujian sidang, diketahui dan terbukti bahwa tugas akhir ini merupakan hasil plagiarisme (penjiplakan) baik sebagian atau seluruh isi tugas akhir saya, maka Universitas Trilogi mempunyai hak dan wewenang untuk membatalkan isi dari tugas akhir yang telah saya (sebagai peneliti) tulis dan saya bersedia menerima sanksi *Drop Out* atau tidak dapat melanjutkan studi dari Universitas Trilogi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa adanya campur tangan ataupun tekanan dari pihak manapun juga.

Jakarta, 27 Agustus 2025

Yang Menyatakan,

(Nofitri Rahmadina)

NIM : 21101073

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, (*word of mouth*) WOM, dan iklan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tiktok Shop di Jakarta. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen, yang dimana media sosial seperti Tik Tok Shop tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga *platform* pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran seperti diskon merekomendasikan dari pengguna lain *word of mouth* (WOM), dan iklan untuk mengambil keputusan pada pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada pengguna Tiktok Shop di Jakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Judul ini menunjukkan bahwa integrasi strategi diskon, (*word of mouth*) WOM, dan iklan secara efektif dapat meningkatkan intensi beli konsumen di platform Tiktok Shop.

Kata Kunci : Diskon; (*word of mouth*) WOM; Iklan; Keputusan Pembelian; Tiktok Shop; Jakarta



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of discounts (word of mouth) WOM, and advertising on purchasing decisions on the Tiktok Shop marketplace in Jakarta. The development of digital technology has driven changes in consumer behavior, where social media such as Tiktok Shop is not only a means of entertainment but also an effective marketing platform. Marketing strategies such as discount, recommendations from other users, (word of mouth) WOM, and advertising to influence consumer purchasing decisions. The research method used is quantitative by distributing questionnaires to Tiktok Shop users in Jakarta. The results of the analysis show that these three variables have a significant influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously. This title shows that the integration of discount strategies, (word of mouth) WOM, and advertising can effectively increase consumer purchase intentions on the Tiktok Shop platform

Keywords : Discount; word of mouth (WOM); advertising; purchase decision; Tiktok Shop; Jakarta



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DISKON, (word of mouth) WOM, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP MARKETPLACE TIKTOK SHOP DI JAKARTA”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Trilogi.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Pramono Hari Adi, M.S. selaku Rektor Universitas Trilogi
2. Ibu Dr. Aty Herawati selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora Universitas Trilogi
3. Ibu Fanny Suzuda Pohan, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Trilogi
4. Bapak Asep Imam Sujoni Sungkawa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi penulis sejak awal hingga akhir masa studi.
5. Kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen FEBH Universitas Trilogi yang sudah berkenan membina dan memberikan ilmunya yang berharga serta menciptakan pembelajaran yang baik kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Trilogi.
6. Terimakasih untuk kedua orang tua saya tercinta, Papah dan Mamah yang telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan semangat hidup penulis Terima kasih atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tak pernah terhitung sejak awal hingga detik ini. Segala pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa restu dan dukungan tulus dari Papah dan Mamah. Semoga Alla SWT selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan untuk Papah dan Mamah.

7. Saudara kami tercinta, Rina, Nanda & Syafira (sasya) yang tidak hanya menjadi teman hidup dalam keluarga, tetapi juga menjadi sahabat dalam perjalanan perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk teman seperjuangan kuliah saya (*Girls friend*) Khusnul, Halimah, Bazlin, Gendis, Liza, Salsa, Rini & Jeni yang telah menjadi tempat berbagi semangat, tawa dan keluh kesah selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk teman seperjuangan skripsi saya Adelio, Nurul, Bunga, Firza & Aldiyan yang telah menjadi tempat berbagi semangat, tawa, dan keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir skripsi ini.
10. Terimakasih untuk diri sendiri Nofitri Rahmadina telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan dan keterbatasan. Semoga capaian ini menjadi awal dari perjalanan hidup yang lebih bermakna.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

Hormat saya,

Nofitri Rahmadina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT PERSETUJUAN UJIAN SIDANG TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Pengaruh Diskon	8
2.1.1 Pengertian Diskon.....	8
2.1.2 Indikator Diskon	8
2.2 Teori Word of mouth (WOM).....	9
2.2.1 Pengertian WOM	9
2.2.2 Indikator <i>Word of Mouth</i> (WOM)	10
2.3 Teori Iklan.....	10
2.3.1 Pengertian Iklan	10
2.3.2 Indikator Iklan.....	11
2.4 Keputusan Pembelian	12

2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.5	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	14
2.6	Kerangka Konseptual.....	16
2.7	Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN		18
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	18
3.2	Jenis Penelitian.....	18
3.3	Variabel Dependen	18
3.4	Variabel Independen.....	19
3.5	Definisi Variabel Operasional	19
3.6	Populasi dan Sampel.....	20
3.6.1	Populasi.....	20
3.6.2	Sampel	20
3.7	Jenis Sumber Data.....	21
3.7.1	Data Primer	21
3.7.2	Data Sekunder.....	21
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.8.1	Metode Analisis Deskriptif	22
3.8.2	Metode Analisis Inferensial	22
3.9	Analisa Outer Model.....	23
3.10	Analisa Inner Model	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Gambaran Umum Responden.....	25
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	25
4.1.2	Responden Yang Berdomisili di Jakarta	26
4.1.3	Responden Pernah Berbelanja 3 Bulan Terakhir	26
4.2	Hasil Tanggapan Responden.....	27
4.2.1	Diskon.....	27
4.2.2	Word of Mouth (WOM).....	28

4.2.3	Iklan	30
4.2.4	Keputusan Pembelian	31
4.3	Hasil Analisis PLS SEM	33
4.3.1	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	33
4.3.2	Hasil Model Struktural (Inner Model).....	37
4.4	Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN		45



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3. 2 Skala Likert	22
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Berdomisili di Jakarta.....	26
Tabel 4. 4 Responden Pernah Berbelanja 1x Dalam 3 Bulan Terakhir.....	26
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Diskon	27
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (Word of Mouth) WOM.....	28
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan	30
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 4. 9 Hasil Nilai Outer Loading Setiap Indikator	33
Tabel 4. 10 Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE)	34
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Cross Loading	35
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Cronbach's Alpha	36
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Composite Reliability	36
Tabel 4. 14 Hasil Nilai R-Square	37
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Aplikasi terbanyak diunduh tahun 2024	1
Gambar 1. 2 Contoh Potongan harga di aplikasi Tiktok Shop.....	2
Gambar 1. 3 Pengguna Tiktok di Indonesia Tahun 2024.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	16

