



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA APLIKASI  
TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SIVALI FACTORY (Survei Pada *Followers* Akun TikTok  
@sivalifactory)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom)**

**Kayla Dinda Verani**

**193516516305**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2023**



**NATIONAL UNIVERCITY**

**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING OF TIKTOK  
APPLICATION ON THE PURCHASE DECISION OF SIVALI FACTORY  
PRODUCTS (Survey on Followers of @sivalifactory TikTok Accounts)**

**THESIS**

**Submitted as one of requirements for obtaining Bachelor's Degree in  
Communication Science (S.I.Kom)**

**Kayla Dinda Verani**

**193516516305**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**JAKARTA**

**2023**

## PENGESAHAN SKRIPSI



**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL**

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Kayla Dinda Verani  
NPM : 193516516305  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sivali Factory (Survei Pada *Followers* Akun TikTok @sivalifactory).  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sastra Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**Disetujui untuk disahkan.**

Jakarta, 1 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dra. Masnah, M.Si.



Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Kayla Dinda Verani  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516305  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sivali Factory (Survei Pada *Followers* Akun TikTok @sivalifactory)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Asran Jalal, M.Si.

Penguji I : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Penguji II : Dra. Masnah, M.Si.

Keterangan :

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Kayla Dinda Verani  
NPM : 193516516305  
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat  
Tanggal Sidang : 22 Februari 2023




**JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIVALI FACTORY  
(Survei Pada Followers Akun TikTok @sivalifactory)**

**JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS**

**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING OF TIKTOK APPLICATION  
ON THE PURCHASE DECISION OF SIVALI FACTORY PRODUCTS  
(Survey on Followers of @sivalifactory TikTok Accounts)**

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

<b>Pembimbing</b>	<b>Ka. Prodi</b>	<b>Mahasiswa</b>
TGL : 1 Maret 2023	TGL : 1 Maret 2023	TGL : 1 Maret 2023
		

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : Kayla Dinda Verani  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516305  
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul : Pengaruh Social Media Marketing  
pada Aplikasi Tiktok terhadap keputusan pembelian produk Sivalr  
Factory (survei pada followers Akun Tiktok @sivalrfactory).

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 3 Feb 2023



Kayla Dinda Verani



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022./2023.**

Nama Mahasiswa : Kayla Dinda Verani  
No. Pokok : 193516516305  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat  
Tempat Tgl. Lahir : Tangerang, 09 April 2000  
Alamat Rumah : Jl. Poncol Indah V, No.70, Cirendeui,  
Tangerang Selatan.  
Telepon Rumah :  
Telepon Kantor :  
HP : 085887600591  
Alamat Kantor :  
E-mail : kayverani@gmail.com

Jakarta, 1 Maret 2023  
Alumni,

Kayla Dinda Verani



## ABSTRAK

Nama : Kayla Dinda Verani

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh Social Media Marketing Pada Aplikasi TikTok

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sivali Factory (Survei  
Pada *Followers* Akun TikTok @sivalifactory).

<b>Kata Kunci:</b> <i>Social Media Marketing, Keputusan Pembelian, TikTok.</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari <i>social media marketing</i> pada aplikasi TikTok terhadap keputusan pembelian produk Sivali Factory dengan menggunakan teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> . Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu <i>followers</i> akun TikTok Sivali Factory. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden terpilih dengan teknik <i>purposive sampling</i> menggunakan rumus slovin. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian, pengolahan data menggunakan uji normalitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t). Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>social media marketing</i> berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, dengan diperoleh hasil uji parsial (uji t) sebesar $16,611 > 1,9645$ (t tabel), dan nilai Sig $0,00 < 0,05$ maka disimpulkan $H_a$ diterima dan $H_0$ ditolak.
Pembimbing	Dra. Masnah, M.Si.



## ABSTRACT

Name : Kayla Dinda Verani

Study Program : Communication Science

Title : *The Effect of Social Media Marketing of TikTok Applications*

*on The Purchase Decision of Sivali Factory Products (Survey on Followers of @sivalifactory TikTok Accounts).*

<b>Keyword:</b> Social Media Marketing, Purchasing Decision, TikTok.	<i>The purpose of this study was to determine whether there is influence from social media marketing on the TikTok application on purchasing decisions for Sivali Factory products using the Elaboration Likelihood Model Theory. In this study, the researcher used a quantitative approach. Source of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study are followers of the Sivali Factory TikTok account. Data were collected through questionnaires which were distributed to 100 selected respondents by purposive sampling technique using the slovin formula. Data analysis in this study used instrument tests which included validity and reliability tests. Then, data processing uses the normality test, correlation coefficient test, coefficient determination test and uses simple linear regression analysis. Hypothesis testing using a partial test (t test). The conclusion in this study shows that the social media marketing variable influences the purchasing decision variable, by obtaining partial test results (t test) of <math>16.611 &gt; 1.9645</math> (t table), and a Sig value of <math>0.00 &lt; 0.05</math>, it is concluded that <math>H_a</math> is accepted and <math>H_0</math> is rejected.</i>
Lecturer	Dra. Masnah, M.Si.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sivali Factory (Survei Pada *Followers* Akun TikTok @sivalifactory)** sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran secara lebih luas, menambah pengetahuan, serta untuk menjawab segala persoalan terkait pengaruh *social media marketing* pada aplikasi TikTok terhadap keputusan pembelian produk Sivali Factory.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari banyak pihak yang membantu dalam bentuk doa, semangat, saran, maupun kritikan sehingga skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim. S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

4. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si beserta jajarannya.
5. Ibu Dra. Masnah, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dwi Pharahdilla, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan keilmuan serta berbagi wawasan dan pengalaman kepada penulis.
8. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa kepada saya. Serta kepada keluarga besar yang memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada semua teman-teman saya yang senantiasa memberi semangat penulis dalam menyusun skripsi.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Namun, telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 12 Oktober 2022



Kayla Dinda Verani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Konsep .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Pengaruh.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 <i>New Media</i> .....	20
2.2.3 <i>Social Media</i> .....	21
2.2.4 <i>Social Media Marketing</i> ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 TikTok.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.6 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 <i>Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kerangka Pemikiran.....	50
2.5 Hipotesis Penelitian.....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	52
3.2 Pendekatan Penelitian .....	52

3.3	Pengukuran Penelitian.....	53
3.3.1	Variabel Penelitian .....	53
3.3.2	Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3	Instrumen Riset .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.4.1	Populasi .....	58
3.4.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Data Primer .....	61
3.5.2	Data Sekunder .....	62
3.6	Teknik Pengujian Instrumen .....	62
3.6.1	Uji Validitas .....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	64
3.7.1	Uji Normalitas .....	64
3.7.2	Uji Koefisien Korelasi.....	64
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
3.7.4	Uji Regresi Linear Sederhana .....	66
3.8	Pengujian Hipotesis.....	67
3.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	67
3.9	Jadwal Penelitian.....	68
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.2	Gambaran Umum Perusahaan.....	71
4.3	Analisis Data Responden .....	73
4.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
4.3.2	Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.3.3	Responden yang Menggunakan <i>Social Media</i> TikTok ....	75
4.3.4	Responden yang Mengikuti Akun TikTok Sivali Factory.....	75
4.3.5	Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Menggunakan Produk Sivali Factory .....	76
4.4	Distribusi Jawaban Responden .....	76
4.4.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel X.....	76

4.4.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y .....	99
4.5	Pengujian Instrumen.....	99
4.5.1	Hasil Uji Validitas .....	99
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	100
4.6	Hasil Pengolahan dan Analisis Data .....	101
4.6.1	Hasil Uji Normalitas.....	101
4.6.2	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	102
4.6.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	103
4.6.4	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7	Hasil Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>117</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Sivali Factory	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 1.2	Pembanding Kompetitor .....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3.2	Operasionalisasi Variabel X .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3.2	Operasionalisasi Variabel Y .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3.3	Skala <i>Likert</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.6.2	Tingkatan Reliabilitas .....	61
Tabel 3.7.2	Tingkat Hubungan Antar Variabel ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.9	Perencanaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.3.2	Responden Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.3.3	Responden yang Menggunakan <i>Social Media</i> TikTok.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3.4	Responden yang Mengikuti Akun TikTok Sivali Factory .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3.5	Responden yang Pernah Menggunakan Produk Sivali Factory	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X1.1) .....	77
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X1.2) .....	78
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X1.3) .....	78
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X1.4) .....	79
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X1.5) .....	80
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X2.6) .....	81
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X2.7) .....	82
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X2.8) .....	82
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X3.9) .....	83
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X3.10) .....	84
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X3.11) .....	85
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X4.12) .....	85
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X4.13) .....	86
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X4.14) .....	87
Tabel 4.4.1	Distribusi Jawaban (X4.15) .....	87



Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y1.1) .....	88
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y1.2) .....	89
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y1.3) .....	90
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y1.4) .....	90
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y2.5) .....	91
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y2.6) .....	92
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y2.7) .....	92
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y2.8) .....	93
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y2.9) .....	94
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y3.10) .....	94
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y3.11) .....	95
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y4.12) .....	96
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y4.13) .....	97
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y5.14) .....	97
Tabel 4.4.2	Distribusi Jawaban (Y5.15) .....	98
Tabel 4.5.1	Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Tabel 4.6.1	Hasil Uji Normalitas .....	101
Tabel 4.6.2	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	102
Tabel 4.6.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Aktif Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1.2	10 Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Dunia (2021)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1.3	Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global per Kuartal II (2018-2022) .....	5
Gambar 1.4	Contoh Konten yang Diunggah Akun TikTok @sivalifactory	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.2.5.1	Logo TikTok .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.2.6.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran .....	50
Gambar 4.1	Profil Akun TikTok @sivalifactory .....	70
Gambar 4.2	Logo Sivali Factory .....	71
Gambar 4.2	Produk-produk Sivali Factory .....	72



