

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TIKTOK SHOP

(Penelitian pada Konsumen TikTok Shop di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen



Oleh:

PADILAH MARDIYAH

20200510204

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TIKTOK SHOP

(Penelitian pada Konsumen TikTok Shop di Kabupaten Kuningan)

Oleh:

PADILAH MARDIYAH
20200510204

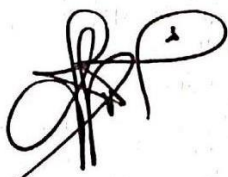
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji:

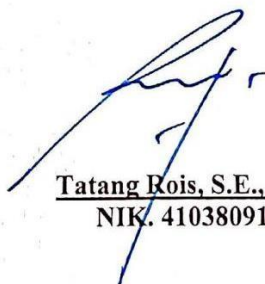
Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221



Tatang Rois, S.E., M. Si.
NIK. 41038091295



Faishal Rahimi, S.E., M.M.
NIK. 410110920218

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TIKTOK SHOP

(Penelitian pada Konsumen TikTok Shop di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

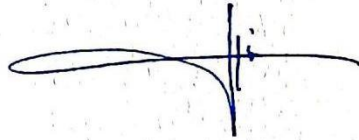
PADILAH MARDIYAH
20200510204

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

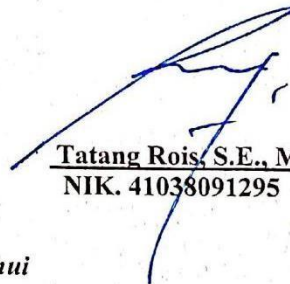
Kuningan, Oktober 2025

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. Hj. Lili Karmela. F. S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

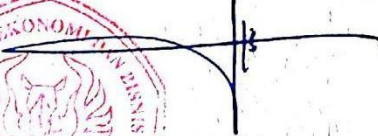


Tatang Rois, S.E., M.Si.
NIK. 41038091295

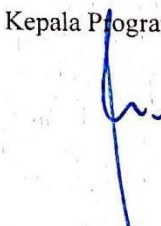
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela. F. S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masuroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Q.S Al-Insyirah:5)

“Lambat bukan berarti tertinggal, cepat bukan berarti hebat. Nyatanya semua akan sampai garis finish di waktu yang tepat”

“Jika sudah waktunya, hujan akan turun. Jika sudah masanya, bunga akan mekar. Begitupun doa-doa kita, jika sudah saatnya pasti akan terwujud”

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan banyak cinta, dukungan, pengorbanan dan juga doa yang tulus. Serta adik, keluarga besar, sahabat dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Padilah Mardiyah

NIM : 20200510204

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah skripsi dengan judul ***“Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop”*** benar-benar merupakan karya tulis ilmiah yang orisinal dan bukan plagiat yakni tidak melakukan penjiplakan pada karya tulis milik orang lain. Apabila di kemudian hari ditemukan atau terdapat bukti-bukti yang akurat secara ilmiah terjadi plagiat, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Padilah Mardiyah

20200510204

ABSTRAK

Padilah Mardiyah 20200510204 “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop*” Dengan Pembimbing I Dr. Hj. LiLi Karmela. F. S.E., M.Si dan Pembimbing II Tatang Rois, S.E., M.Si. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, 2025.

Peelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth, online customer review*, dan promo gratis ongkir Terhadap Keputusan pembelian konsumen TikTok Shop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik *non probability sampling*. Sebanyak 100 responden konsumen TikTok Shop menjadi sampel penelitian ini. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbentuk lembaran dokumen dengan skala interval. Data hasil penelitian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop. *Online customer review* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop, demikian juga dengan promo gratis ongkir yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, Promo Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian, Pemasaran.*

ABSTRACT

Padilah Mardiyah 20200510204 “The Influence Of Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, And Free Shipping Promotions On Consumer Purchasing Decisions At TikTok Shop” With Supervisor I Dr.Hj. LiLi Karmela. F. S.E., M.Si and Suvervisor II Tatang Rois, S.E, M.Si. Management Study Program, Faculty Of Economics and Business, Kuningan University, 2025.

This study animed to determine the influence of electronic word of mouth, online customer review and free shipping promotions on consumer purchasing decisions at TikTok Shop. The method used in this study was quantitative descriptive analysis, using a non probability sampling technique. A total of 100 TikTok Shop consumers were selected the sample. Data were colleted using a questionnaire in the form of document sheets with a interval scale. The research data were processed using SPSS version 25. The results showed that electronic word of mouth had a positive and significant effect on consumer purchase decisions. Online customer review also had a positive and significant effect on consumer purchase decisions, as did free shiping promotions which also had a positive and significant effect on consumer purchase decisions.

Keyword : Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, Free Shipping Promotions, Purchasing Decision, Marketing.

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth, Online Customer Review, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop*** (Penelitian pada Konsumen TikTok Shop di Kabupaten Kuningan)”.

Adapun penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti terbuka terhadap kritik dan saran sangat diharapkan oleh peneliti demi menyempurnakan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan masalah yang ada pada skripsi guna menambah dan memperoleh ilmu pengetahuan.

Kuningan, Juni 2025

Penulis,

Padilah Mardiyah
20200510204

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan izin dan restu-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah di tetapkan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti secara khusus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu berjalannya penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Mulyadi dan Ibu Ikeu Rahmawati. Terimakasih untuk setiap doa, kasih sayang dan perjuangan kalian untuk kehidupan penulis. Mereka berdua memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun mereka mampu mendidik penulis, memotivasi dan memberikan dukungan penuh hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Dr. Hj. Lili Karmela. F. S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan dan Dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan, dorongan dan semangat kepada peniliti, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Tatang Rois, S.E., M.Si selaku Dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, dorongan dan semangat kepada peniliti, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. Selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan.
5. Prof. Dr. Dikdik Harjadi, M.Si. Selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Seluruh Dosen dan juga staf akademik program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan.
7. Adiku Keni Fatra Yalena yang selama ini memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

8. Keluarga Besar Bapak Oli Setiadi dan Bapak Ali Juandi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih selalu memberikan doa, dukungan, dan masukan untuk penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua sahabat saya Zulfa Andini dan Lala Amalia yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis dari awal menjalankan studi hingga saat ini.
10. Teman-teman seperjuangan Galuh, Maharty, Diah, Bela, Indah, dan Devina. Terimakasih atas bantuan, saran, serta dukungan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.
11. Terimakasih untuk diri saya sendiri Padilah Mardiyah yang sudah bertahan untuk berjuang dan terus bangkit, sehingga mampu mengakhiri dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat serta karunia-nya dan membalas semua amal kebaikan rekan-rekan yang telah membantu dan terlibat dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan umumnya kepada pembaca.

DAFTAR ISI

LEMBBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK..... i

ABSTRACT..... ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH..... iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xi

DAFTAR LAMPIRAN..... xii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 10

1.3 Tujuan Penelitian..... 11

1.4 Manfaat Penelitian..... 11

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 11

1.4.2 Manfaat Praktis..... 11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..... 12

2.1 Landasan Teori..... 12

2.1.1 Manajemen Pemasaran..... 12

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran..... 12

2.1.2 Keputusan Pembelian..... 14

2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... 14

2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... 15

2.1.2.3 Indikator Keputusan Pembelian..... 16

2.1.3 *Electronic Word Of Mouth*..... 18

2.1.3.1 Pengertian *Electronic Word Of Mouth*..... 18

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
2.1.3.3 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	21
2.1.4.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	21
2.1.4.2 Faktor Yang Mepengaruhi <i>Online Customer Review</i>	23
2.1.4.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	24
2.1.5 Promo Gratis Ongkir.....	25
2.1.5.1 Pengertian Promo Gratis Ongkir.....	25
2.1.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Promo Gratis Ongkir.....	26
2.1.5.3 Indikator Promo Gratis Ongkir.....	27
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Kerangka Berpikir.....	32
2.3 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	34
3.2 Operasional Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Data dan Teknik Pengupulan Data.....	37
3.4.1 Sumber Data.....	37
3.4.2 Teknik Pengupulan Data.....	38
3.5 Uji Instrumen.....	40
3.5.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	46
3.6.2.2 Uji Multikoloiniertitas.....	47
3.6.2.3 Uji Heteroskesdastisitas.....	47

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.6.5 Uji Hipotesis.....	49
3.6.5.1 Uji F (Uji Simultan).....	49
3.6.5.2 Uji T (Uji Parsial).....	49
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum TikTok Shop.....	52
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	54
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	57
4.1.3.1 Analisis Deskriptif.....	57
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	78
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas.....	79
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	83
4.1.7.1 Uji F (Uji Simultan).....	83
4.1.7.2 Uji T (Uji Secara Parsial).....	84
4.2 Pembahasan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Pelanggan Toko Online di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Hasil Survey Awal 30 Responden.....	5
Tabel 1. 3 Research GAP.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Diferensial Semantik.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review (X2)</i>	41
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Promo Gratis Ongkir (X3).....	42
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i>	43
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Online Customer Review (X2)</i>	44
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promo Gratis Ongkir (X3).....	44
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian.....	58
Tabel 4. 5 Hasil uji analisis Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i>	59
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Dimensi Pengujian <i>Electronic Word Of Mouth</i>	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Online Customer Review (X2)</i>	63
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Dimensi Pengujian <i>Online Customer Review</i>	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Deskriptif Promo Gratis Ongkir (X3).....	68
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Dimensi Pengujian Promo Gratis Ongkir.....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	73
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Dimensi Pengujian Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	80
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	82

Tabel 4. 16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 4. 1 Logo TikTok Shop.....	57
Gambar 4. 2 Posisi Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dalam Kriterium.....	61
Gambar 4. 3 Posisi Variabel <i>Online Customer Review</i> Dalam Kriterium.....	65
Gambar 4. 4 Posisi Variabel Promo Gratis Ongkir Dalam Kriterium.....	70
Gambar 4. 5 Posisi Variabel Keputusan Pembelian Dalam Kriterium.....	75
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81