

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DAN
EVENT SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DALAM
MENINGKATKAN DAYA MINAT BELI CUSTOMER
(Studi pada Followers Akun TikTok Raindropsdeco Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar sarjana (S1)**



M. Mukhlis Ferdiansyah

2017.691.000.63

**Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Yudharta Pasuruan**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aplikasi TikTok Dan Event sebagai media promosi online dalam meningkatkan daya tarik Customer.
Disusun Oleh : M Mukhlis Ferdiansyah
NIM : 201769100063
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah di periksa dan di setujui untuk di pertahankan

Di depan tim penguji

Pasuruan, 29 Agustus 2021

Menyetujui,



(Nur Ajizah S.Sos., M.AB)

NIP.Y.069.15.02.001

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Amma Fazizah".

(Amma Fazizah S.Sos., M.AB)

NIP.Y.069.08.00.033

TANDA PENGESAHAN

TELAH DI PERTAHANKAN DI DEPAN MAJLIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN PADA :

HARI : Rabu

TANGGAL : 25 Agustus 2021

JAM : 07.00

JUDUL : Pengaruh Aplikasi TikTok Dan Event sebagai media promosi
online dalam meningkatkan daya tarik Customer.

DINYATAKAN LULUS
MAJLIS PENGUJI,

PENGUJI UTAMA



(Dr. Any Urvatul Wusko, S.Sos., M.AB)

NIP.Y.069.11.03.037

PENGUJI I

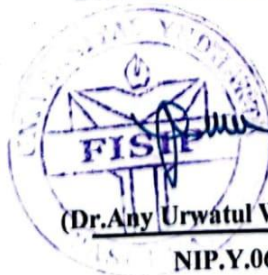


(Miftahul Huda, S.Sos., M.AB.)

NIP.Y.069.15.08.056

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



(Dr. Any Urvatul Wusko., S.Sos., M.AB)

NIP.Y.069.11.03.037

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mukhammad Mukhlis Ferdiansyah
NIM : 201769100063
Prodi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Administrasi Bisnis Yudharta Pasuruan dengan judul:

**"PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK DAN
EVENT SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DALAM
MENINGKATKAN DAYA MINAT BELI CUSTOMER" (Study pada
Follower Akun TikTok Raindropsdeco Surabaya)**

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen pembimbing maupun pihak Fakultas Ilmi Sosial ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, tetapi mwnjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Pasuruan, 25 Agustus 2021

Yang menyatakan



M Mukhlis Ferdiansyah

MOTTO

**“JANGAN PERNAH TAKUT
UNTUK MENCOBA HAL BARU
DALAM HIDUP MU”**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh penggunaan Aplikasi TikTok dan Event sebagai media promosi Online dalam meningkatkan Daya Minat Beli Costumer ”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi jenjang srata satu (S1) , Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan
2. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko S.Sos, M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
3. Ibu Nur Ajizah S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Ibu Amma Fazizah .Sos , M. AB selaku dosen pembimbing.
5. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan selalu memberikan yang terbaik dari segala aspek.

7. Orang terdekat saya yang selalu menyemangati dan mensupport saya selama mengerjakan proposal skripsi ini.
8. Teman – teman yang telah memberikan semangat dan turut memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan proposal skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu dalam proses penyusunan proposal skripsi ini

Akhir kata, penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi kedepannya

Pasuruan, 08 Agustus 2021

Penulis

,

M Mukhlis Ferdiansyah

abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi tiktok dan event sebagai media promosi online dalam meningkatkan daya minat beli customer. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan survey berupa kuesioner, dengan sampel sebanyak 116 orang responden. Populasi dalam penelitian ini adalah Followers akun TikTok @Rainsdropdeco Surabaya.. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 28,0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Aplikasi tiktok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya minat beli customer, 2) event berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya minat beli customer, 3) Aplikasi tiktok dan event berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya minat beli customer.

Kata kunci: Aplikasi TikTok, Event, dan Daya Minat Beli

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of using tiktok applications and events as online promotion media in increasing customer buying interest. This type of research is quantitative research using a survey in the form of a questionnaire, with a sample of 116 respondents. The population in this study is the followers of the TikTok @Rainsdropdeco Surabaya account. The sampling technique was carried out using the *Accidental Sampling* technique. The data analysis technique used is multiple regression analysis using SPSS 28.0. The results of this study indicate that 1) Tiktok applications have a positive and significant effect on the purchasing power of customers, 2) events have a positive and significant effect on the purchasing power of customers, 3) Tiktok applications and events have a positive and significant effect on the purchasing power of customers.

Keywords: TikTok Application, Event, and Buying Interest

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori Ilmiah	9
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Hipotesis Penelitian	40
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	42
3.3 Variabel dan Pengukuran	42
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen	51
3.6 Uji Asumsi Klasik	53
3.6 Teknik Analisis Data	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data	57

4.2 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.3 Gambaran Umum Responden	59
4.4 Uji Instrumen	64
4.5 Uji Asumsi Klasik	66
4.6 Analisis Statistik Diskriptis	68
4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda	72
4.8 Pengujian Hipotesis	73
4.9 Pembahasan Hasil Pengujian	77
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	28
Gambar 2.2	29
Gambar 2.3	30
Gambar 2.4	31
Gambar 2.5	31
Gambar 2.6	32
Gambar 2.7	33
Gambar 2.8	34
Gambar 2.9	34
Gambar 3.0	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	81
Tabel 3.2.....	82
Tabel 3.3.....	81
Tabel 3.4.....	82