



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* MELALUI APLIKASI TIKTOK
(*TIKTOK SHOP*) DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh

Stefanus

111.19.026

PEMBIMBING

Muis Murtadho S.E., M.M.

NIP. 111/12.78/10.10/968

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

SURABAYA

2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinannya kepada kita semua sehingga kita masih dapat hidup dan beraktivitas hingga hari ini, serta hikmat-Nya yang Ia berikan kepada penulis sehingga saya dapat melaksanakan Skripsi/Tugas Akhir ini dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Tiktok (*Tiktok Shop*) di Kota Surabaya. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Studi S1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Kartika Surabaya.

Dalam penyelesaian Skripsi/Tugas Akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yth. Bapak F.Priyo Suprobo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Yth. Bapak Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi Dua yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
4. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah berkenan untuk menguji dan memberikan tambahan ilmu, serta solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.

5. Yth. Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Satu yang telah memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
6. Yth. Bapak Prof Dr. Herman Budi Sasono, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah berkenan untuk menguji dan memberikan tambahan ilmu, serta solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan perhatian dan memberikan doa serta dukungan tanpa henti baik dari segi moral, spiritual, dan material.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan tahun 2019 yang selalu meluangkan waktunya untuk memberi dukungan, saran, dan doa kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian Skripsi/Tugas Akhir ini saya buat dengan sebaik dan sejujur mungkin. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih pada Bapak/Ibu dosen pembimbing yang membimbing saya dalam proses pengerjaan Skripsi/Tugas Permohonan maaf yang sebesar-besarnya saya ajukan apabila terdapat kesalahan penulisan kata, kalimat, ataupun simbol yang terdapat pada Skripsi/Tugas Akhir ini.

Surabaya, 23 Mei 2023

Penulis,

Stefanus

ABSTRAK

Stefanus,

Skripsi

Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian *Online* melalui Aplikasi Tiktok (*Tiktok Shop*) di Kota Surabaya

Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi perilaku konsumen dan karakteristik yang membantu dan menghambat konsumen ketika menyelesaikan pembelian *online* melalui aplikasi *Tiktok Shop* di Kota Surabaya. Metode penelitian kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sepuluh informan dengan menggunakan prosedur wawancara dan dokumentasi.

Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa ditemukan adanya 2 faktor pendukung dan 1 faktor penghambat yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli melalui aplikasi Tiktok (*Tiktok Shop*) yaitu faktor pendukungnya seperti faktor harga dan faktor promosi, sedangkan faktor penghambatnya seperti faktor saluran distribusi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Harga, Promosi, Saluran Distribusi

ABSTRACT

Stefanus,

Thesis

Analysis of Consumer Behavior in Online Purchasing Decisions through the Tiktok Application (Tiktok Shop) in the City of Surabaya

The purpose of this research is to evaluate consumer behavior and the characteristics that help and hinder consumers when completing online purchase decisions through the Tiktok Shop application in the city of Surabaya. A qualitative research method was applied in this study. This study employed ten informants through the use of interview and documentation procedures.

The results in this study prove that there are 2 supporting factors and 1 inhibiting factor that influence consumers in deciding to buy through the Tiktok application (Tiktok Shop), namely supporting factors such as price factors and promotion factors, while inhibiting factors such as distribution channel factors.

Keywords: *Consumer Behavior, Price, Promotion, Distribution Channels*

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, Dea Aulia	11
2.1.2 Alyasinta Viela Tusanputri dan Amron	11
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
2.3 Landasan Teori	13
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.3.1.1 Model Perilaku Konsumen	13
2.3.1.2 Teori Perilaku Konsumen	14
2.3.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
2.3.1.4 Jenis Perilaku Konsumen.....	17
2.3.1.5 Jenis Perilaku Pembelian dan Sifat Konsumen.....	18
2.3.1.6 Proses Pembentukan Perilaku Konsumen.....	21
2.3.2 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.3.2.1 Dimensi Keputusan Pembelian	22
2.3.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.3.2.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	26

2.3.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3 Pengertian Kepuasan Konsumen	30
2.3.3.1 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.3.2 Elemen-Elemen Kepuasan Konsumen.....	32
2.3.4 Perilaku Konsumen di Era Digital	32
2.3.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen di Era Digital	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.1.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Jenis dan Sumber Data	38
3.2.1 Jenis Data.....	38
3.2.2 Informan.....	38
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Wawancara.....	40
3.4.2 Dokumentasi	40
3.5 Teknik Analisa Data	41
3.6 Langkah-Langkah Pembahasan	43
BAB IV PEMBAHASAN	46
4.1 Sejarah Objek Penelitian.....	46
4.2 Deskripsi Informan	47
4.3 Hasil Reduksi Data	49
4.4 Hasil Analisa Wawancara	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
Daftar Pustaka	
Lampiran	