

**PENGARUH HARGA TIKTOK *LIVE STREAMING* DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

LINA LAYYINAH SOLEHAH

NIM : 2008204162

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
1445 H/2024 M**

ABSTRAK

Lina Layyinah Solehah, NIM : 2008204162. “PENGARUH HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”. Skripsi 2024

Aplikasi yang sedang populer saat ini Tiktok Shop dan hadir sebagai inovasi baru, serta memiliki strategi yang menarik perhatian dan dapat mempengaruhi pembelian secara impulsif. Tiktok adalah salah satu media sosial yang digunakan sebagai platform untuk berbelanja online, pemanfaatan Tiktok untuk saat ini bisa dijadikan sarana melalui strategi melalui strategi digital marketing. Dengan adanya Tiktok *Live Streaming* saat ini dapat membantu antara penjual dan pembeli untuk membantu proses jual beli dengan cepat, aman dan mudah. Selain itu kita juga dapat melihat etalase barang yang dijual, berkomunikasi dengan penjual, melihat pesanan, riwayat belanja, mengatur alamat pengiriman dan proses pembayaran dengan mudah. Fitur ini dapat memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan juga mempersingkat alur berbelanja konsumen, bahkan karena mudahnya berbelanja di Tiktok Shop sangat berpotensi dalam mendorong perilaku konsumtif yang merupakan konsumen dapat membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan.

Tujuan dari penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga, *Electronic Word of Mouth* terhadap *impulse buying*, karena saat ini konsumen lebih banyak berbelanja dan percaya pada *Electronic Word of Mouth*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dan populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Analisis data yang digunakan menggunakan analisis linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh terhadap *impulse buying*, (2) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap *impulse buying*, dan (3) harga dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : Harga, *Electronic Word of Mouth*, *Impulse Buying*

ABSTRACT

Lina Layyinah Solehah, NIM: 2008204162. “THE INFLUENCE OF TIKTOK LIVE STREAMING PRICE MARKETING AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON IMPULSE BUYING BEHAVIOR (Study on Students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”. Thesis 2024

The currently popular application is Tiktok Shop and is present as a new innovation, and has a marketing strategy that attracts attention and can influence impulsive purchases. Tiktok is one of the social media used as a platform for online shopping, the use of Tiktok can currently be used as a marketing tool through digital marketing strategies. With the existence of Tiktok Live Streaming, it can currently help sellers and buyers to help the buying and selling process quickly, safely and easily. In addition, we can also see the display case of goods being sold, communicate with sellers, view orders, shopping history, set shipping addresses and payment processes easily. This feature can provide an easy shopping experience and also shorten the consumer shopping flow, even because the ease of shopping at Tiktok Shop has great potential in encouraging consumer behavior which is consumers can buy or use goods and services excessively.

The purpose of the study was to analyze the factors that influence prices, Electronic Word of Mouth on impulse buying, because currently consumers shop more and trust Electronic Word of Mouth. The type of research used in this study is quantitative and the population of this study were students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

The data analysis used used multiple linear analysis with the SPSS program. The results of this study indicate that (1) price affects impulse buying, (2) Electronic Word of Mouth affects impulse buying, and (3) price and Electronic Word of Mouth affect impulse buying.

Keywords: Price, Electronic Word of Mouth, Impulse Buying

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

الملخص

ينا لبينة سوليها، 2008204162". تأثير التسويق المباشر لأسعار تيك توك والكلمات الشفهية الإلكترونية UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon على سلوك الشراء الاندفاعي (دراسة للطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية Nurjati Cirebon)"

وهو موجود كابتكار جديد، وله استراتيجية تسويقية تجذب Tiktok Shop التطبيق المشهور حاليًا هو هي إحدى وسائل التواصل الاجتماعي التي Tiktok. الانتباه ويمكن أن تؤثر على عمليات الشراء الاندفاعية كأداة تسويق من خلال استراتيجيات Tiktok تُستخدم كمنصة للتسوق عبر الإنترنت، ويمكن حاليًا استخدام الآن، يمكن أن يساعد البائعين والمشتريين في المساعدة Tiktok Live Streaming التسويق الرقمي. مع في عملية البيع والشراء بسرعة وأمان وسهولة. وبصرف النظر عن ذلك، يمكننا أيضًا رؤية نافذة البضائع المباعه، والتواصل مع البائعين، وعرض الطلبات، وسجل التسوق، وتعيين عناوين التسليم ومعالجة المدفوعات بسهولة. يمكن أن توفر هذه الميزة تجربة تسوق سهلة وتختصر أيضًا تدفق تسوق المستهلك، في لديها القدرة على تشجيع سلوك المستهلك، حيث يمكن Tiktok Shop الواقع لأن سهولة التسوق في للمستهلكين شراء السلع والخدمات أو استخدامها بشكل مفرط.

الهدف من البحث هو تحليل العوامل التي تؤثر على الأسعار، والحديث الشفهي الإلكتروني على الشراء المندفع، لأن المستهلكين حاليًا يتسوقون أكثر ويثقون في الكلام الشفهي الإلكتروني. نوع البحث المستخدم في UIN Siber هذا البحث هو بحث كمي ومجتمع هذا البحث هم طلاب من كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية Syekh Nurjati Cirebon.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن SPSS استخدم في تحليل البيانات التحليل الخطي المتعدد باستخدام برنامج السعر يؤثر على الشراء الاندفاعي، و)2 (الكلام الشفهي الإلكتروني يؤثر على الشراء الاندفاعي، و)3 (1) السعر والكلام الشفهي الإلكتروني يؤثران على الشراء الاندفاعي.

الكلمات الجث : السعر، الكلام الشفهي الإلكتروني، الشراء الاندفاعي

**PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

PENGARUH HARGA TIKTOK *LIVE STREAMING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

LINA LAYYINAH SOLEHAH

NIM : 2008204162

Pembimbing

Pembimbing I



Refaldo Fanther, MBA
NIP. 19910101 202012 1 021

Pembimbing II



Mariyah Ulfah, M.E.Sy
NIP. 198008052017013201

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Oton Huthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON)**” Oleh LINA LAYYINAH SOLEHAH, NIM 2008204162, Telah diajukan dalam sidang munaqsyah UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON pada tanggal 15 NOVEMBER 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqsyah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 202411 1 002

Penguji I

Penguji II

Afiqoh Agustin, S.E., M.Si
NIP. 196509182 020122 004

Achmad Otong Busthomo, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Lina Layyinah Solehah, NIM: 2008204162. Dengan judul "**PENGARUH HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)**" kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Pembimbing I



Refaldo Fanther, MBA
NIP. 19910101 202012 1 021

Pembimbing II



Mariyah Ulfah, M.E.Sy
NIP. 198008052017013201

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Olong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lina Layyinah Solehah

NIM : 2008204162

Tempat,Tanggal lahir : Cirebon, 29 November 2000

Alamat : Perumahan Beber Grand Estate PB/06 Jl raya beber Kabupaten Cirebon.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri, seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lainnya telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian saya ini.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
Cirebon, 07 November 2024

Lina Layyinah Solehah

NIM 2008204162

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah, dengan segala cinta dan kasih sayang karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

1. Alm. Kakek dan Alm. Nenek, terima kasih kepada Alm kakek saya bapak H Dede Rukadi Bin Abdullah sumantri yang menyemangati saya untuk kuliah ditahun 2020 tidak lama setelah itu meninggalkan saya bisa bangga dan juga Alm nenek saya ibu Hj Nurelifah binti H M Fudhel Abdul Ghofur yang baru saja meninggalkan saya juga. Terima kasih karena kalian telah membesarkan saya dari kecil sampe saya sudah sebesar ini, sudah menyekolahkan, mendidik, memenuhi kebutuhannya dan selalu menjaganya dengan kasih sayang. Meskipun terasa berat bagi saya karena kehilangan kalian, tapi saya tidak akan pernah lupa dengan jasa kalian dan dengan saya lulus kuliah saya harap kalian bisa bangga melihat saya disana.
2. Terima kasih kepada H Slamet Firdaus adik kandung dari nenek saya yang sudah membantu nenek saya untuk membiayai pendidikan saya
3. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah melahirkan saya didunia ini.
4. Terima kasih kepada saudara-saudara saya yang telah menyemangati saya agar segera lulus.
5. Terima kasih kepada aditya putra pratama yang telah selalu ada dan menemani saya suka dan duka.
6. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah mau kuat,mandiri dan bertahan sejauh ini, bahkan bisa membagi waktunya dari awal masuk kuliah sambil kerja sampai saat ini.
7. Terima kasih kepada perusahaan-perusahaan yang sudah menerima saya untuk bekerja sambil kuliah.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Lina Layyinah Solehah, lahir di Cirebon pada tanggal 29 November 2000. Penulis adalah anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Solekhudin dan Ibu Nunung Nurhayati. Alamat penulis berada Perumahan Beber Grand Estate blok PB/06 Jl Raya Beber Kabupaten Cirebon. Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah:

1. MI DARUL HIKAM (2006-2012)
2. SMP IT NUURUSSHIDIQ (2012-2015)
3. SMA IT NUURUSSHIDIQ (2015-2018)

Penulis mengikuti program pendidikan S1 pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi “**PENGARUH HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)**” dibawah bimbingan bapak Refaldo Fanther, MBA., dan Ibu MariaUlfah M.E.Sy.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

“Orang lain ga akan bisa faham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala anugerah, hikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARU HARGA TIKTOK LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”** dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada. Penulisan skripsi ini juga melengkapai syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit kesulitan yang ditemui oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Achmad Otong Bustomi, Lc.,M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonommi syariah
5. Bapak Refaldo Father, MBA., dan Ibu Mariyah Ulfah M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Alm kakek dan Almh nenek, kedua orang tua, saudara, teman dan segenap keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| المخلص | iii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| NOTA DINAS | vi |
| PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI | vii |
| KATA PERSEMBAHAN | viii |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | ix |
| MOTTO | x |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 5 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 8 |
| A. Harga | 8 |
| B. Live Streaming | 9 |
| C. <i>Electronic Word of Mouth</i> | 12 |
| D. <i>Impulsive Buying</i> | 17 |
| 2.D.1.1 Grand Theory | 19 |
| E. <i>Literatur Riview</i> | 20 |
| F. Kerangka Penelitian | 25 |
| G. Hipotesis Penelitian | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 28 |
| A. Jenis Penelitian | 28 |
| B. Sumber Data | 28 |
| C. Populasi dan Sampel | 29 |
| D. Tempat dan Waktu Penelitian | 31 |
| E. Variabel Penelitian | 31 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| F. | Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| G. | Teknik Analisis Data | 34 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 38 |
| A. | Gambaran Umum Penelitian | 38 |
| 1. | Sejarah Tiktok | 38 |
| B. | Karakteristik Responden | 40 |
| C. | Uji Instrumen Data | 42 |
| 1. | Uji Validitas | 42 |
| 2. | Uji Reabilitas | 44 |
| D. | Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 1. | Uji Normalitas | 45 |
| 2. | Uji Multikolinearitas | 46 |
| 3. | Uji Heteroskedastisitas | 47 |
| 4. | Uji Regresi Linier | 48 |
| E. | Uji Hipotesa | 50 |
| 1. | Uji Parsial (t) | 50 |
| 2. | Uji Simultan (F) | 51 |
| 3. | Uji Determinasi (R) | 52 |
| F. | Hasil Penelitian dan Pembahasan | 53 |
| 1. | Pengaruh Terhadap Impulse Buying | 53 |
| 2. | Pengaruh Terhadap Electronic Word of Mouth | 54 |
| 3. | Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth | 55 |
| BAB V | PENUTUP | 55 |
| A. | Kesimpulan | 55 |
| B. | Saran | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 58 |
| LAMPIRAN | | 60 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Literatur Riview | 20 |
| Tabel 3.1 Daftar Jumlah Mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon..... | 29 |
| Tabel 3.2 Variabel Penelitian | 31 |
| Tabel 4.1 Data Statistik Karakteristik Responden | 40 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas | 44 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas | 45 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas | 46 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 47 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 48 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 49 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji F | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji T | 52 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Tabulasi Negara Pengguna Aktif Tiktok | 1 |
| Gambar 1.2 Data Tabulasi Mahasiswa Pengguna Aktif Tiktok | 4 |
| Gambar 2.1 Strategi Live Streaming | 12 |
| Gambar 2.2 Kerangka Penelitian | 25 |
| Gambar 4.1 Content Marketing Affiliate | 39 |
| Gambar 4.2 Fitur Online Customer Rerview | 40 |
| Gambar 4.3 Logo Tiktok | 40 |

