

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
PADA *PLATFORM E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
(Survei Pada Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

NURUL FAJRIYAH

NIM. 2108204069

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
1446 H / 2025 M**

ABSTRAK

NURUL FAJRIYAH. 2108204069. “PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA *PLATFORM E-COMMERCE* TIKTOK SHOP (SURVEI PADA MASYARAKAT PERUMAHAN CIKONDANG KUNINGAN” 2025.

Perkembangan teknologi saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat, mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Salah satu contohnya ialah belanja guna memenuhi kebutuhan dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan melalui smartphone saja,, tanpa harus keluar dari rumah. Banyak dari layanan ecommerce yang menawarkan berbagai promosi yang menarik agar konsumen semakin tertarik untuk menggunakan layanannya. Salah satunya ialah TikTok Shop. TikTok Shop merupakan fitur dari aplikasi TikTok yang berfokus pada proses jual beli secara online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Daya Tarik Iklan dan Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion* di TikTok Shop Survei Pada Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket) yang disebar melalui google form. Adapun teknik pengambilan sampel ialah Teknik Sampling Jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel yaitu berjumlah 60 orang Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan pengguna TikTok Shop.

Pengujian hipotesis melalui Uji T (parsial) memperoleh hasil bahwa variabel daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung $4,053 > t$ tabel $2,002$. Variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung $21,123 > t$ tabel $2,002$. Adapun hasil dari Uji F (Simultan) dalam penelitian ini diperoleh nilai F hitung sebesar $68,762 > F$ tabel sebesar $3,16$. Serta dalam koefisien determinasi bahwa daya tarik iklan dan harga produk memiliki nilai sebesar $69,7\%$. Artinya $69,7\%$ variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh daya tarik iklan dan harga produk. Sedangkan sisanya $30,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Harga Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

NURUL FAJRIYAH. 2108204069. “*THE EFFECT OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS AND PRODUCT PRICES ON PURCHASING DECISIONS FOR FASHION PRODUCTS ON THE TIKTOK SHOP E-COMMERCE PLATFORM (SURVEY OF THE CIKONDANG KUNINGAN RESIDENTIAL COMMUNITY)*” 2025.

The development of technology today has experienced rapid development, affecting almost all aspects of life. One example is shopping to fulfill needs can be done easily only through a smartphone, without having to leave the house. Many of the ecommerce services offer various attractive promotions so that consumers are increasingly interested in using their services. One of them is TikTok Shop. TikTok Shop is a feature of the TikTok application that focuses on the online buying and selling process.

This study aims to determine whether Ad Attractiveness and Product Price affect Purchasing Decisions on Fashion Products at Tiktok Shop Survey on Cikondang Kuningan Housing Society. The type of research used in this research is quantitative research with an associative approach. The data collection method used is a questionnaire (questionnaire) distributed via google form. The sampling technique is the Saturated Sampling Technique, where all the population in this study is sampled, totaling 60 people from the Cikondang Kuningan Housing Community who use Tiktok Shop.

Hypothesis testing through the T test (partial) found that the advertising attractiveness variable has a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the significance value of 0.000 <0.05 and t count 4.053> t table 2.002. The product price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the significance value of 0.000 <0.05 and t count 21.123> t table 2.002. The results of the F Test (Simultaneous) in this study obtained an F value of 68.762> F table of 3.16. As well as in the coefficient of determination that the attractiveness of advertising and product prices has a value of 69.7%. This means that 69.7% of purchasing decision variables are influenced by advertising attractiveness and product prices. While the remaining 30.3% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Advertising Attractiveness, Product Price, Purchase Decision*

المخلص

نورول فجرية. 2108204069. "تأثير جاذبية الإعلان وسعر المنتج على قرار شراء منتجات الأزياء على منصة التجارة الإلكترونية تيك توك شوب (مسح مجتمع الإسكان سيكوندانغ كونينجان) 2025"

شهد تطور التكنولوجيا اليوم تطورًا سريعًا، مما أثر على جميع جوانب الحياة تقريبًا. ومن الأمثلة على ذلك أن التسوق لتلبية الاحتياجات يمكن القيام به بسهولة فقط من خلال الهاتف الذكي، دون الحاجة إلى مغادرة المنزل. تقدم العديد من خدمات التجارة الإلكترونية العديد من العروض الترويجية الجذابة بحيث يزداد اهتمام المستهلكين هي إحدى ميزات تطبيق TikTok Shop. TikTok Shop باستخدام خدماتها. أحد هذه الخدمات هو التي تركز على عملية البيع والشراء عبر الإنترنت TikTok.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كانت جاذبية الإعلان وسعر المنتج يؤثران على قرارات الشراء على منتجات الأزياء في مسح متجر تيك توك في جمعية إسكان سيكوندانغ كونينجان. نوع البحث المستخدم في هذا البحث هو البحث الكمي ذو المنهج الترابطي. طريقة جمع البيانات المستخدمة هي استبيان (استبيان) تم توزيعه عبر استمارة جوجل. تقنية أخذ العينات هي تقنية أخذ العينات المشبعة، حيث يتم أخذ عينات من جميع السكان في هذه الدراسة، أي 60 شخصًا من مجتمع إسكان سيكوندانغ كونينجان الذين يستخدمون متجر تيك توك.

(الجزئي) أن متغير جاذبية الإعلانات له تأثير إيجابي وهام على T وقد وجد اختبار الفرضيات من خلال اختبار الجدول 2.002. كما أن متغير t > العدد 4.053 t قرارات الشراء كما يتضح من قيمة الدلالة $0.05 > 0.000$ و t count سعر المنتج له تأثير إيجابي ودال على قرارات الشراء كما يتضح من قيمة الدلالة $0.05 > 0.000$ و $F > 68.762$ (المتزامن) في هذه الدراسة على قيمة F الجدول 2.002. حصلت نتائج اختبار t > 21.123 وكذلك في معامل التحديد أن جاذبية الإعلانات وأسعار المنتجات لها قيمة 69.7%. وهذا يعني F 3.16 جدول أن 69.7% من متغيرات قرار الشراء تتأثر بجاذبية الإعلانات وأسعار المنتجات. بينما تتأثر النسبة المتبقية 30.3% بمتغيرات أخرى خارج هذه الدراسة.

البحث : جاذبية الإعلان، سعر المنتج، قرار الشراء الكلمات

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA *PLATFORM E-*
***COMMERCE* TIKTOK SHOP (SURVEI PADA MASYARAKAT**
PERUMAHAN CIKONDANG KUNINGAN)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Nurul Fajrivah


NIM: 2108204069

Pembimbing :

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Prof. Dr. Abdul Aziz, M. Ag
NIP. 197305262005011004


Ila Navilah, S.Sos, M.E., Sy
NIP. 19860223 201710 2 201

Ketua Jurusan,



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

NOTA DINAS

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari: Nurul Fajriyah NIM: 2108204069 dengan judul: Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada *Platform E-Commerce* Tiktok Shop (Survei Pada Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan).

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqasahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Prof. Dr. Abdul Aziz, M. Ag
NIP. 197305262005011004


Ila Navilah, S.Sos, M.E., Sy
NIP.19860223 201710 2 201

Ketua Jurusan,




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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA PLATFORM E-COMMERCE TIKTOK SHOP (SURVEI PADA MASYARAKAT PERUMAHAN CIKONDANG KUNINGAN)”, telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 05 Juni 2025.

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

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang,



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

Sekretaris Sidang,

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I,

Dr. Layaman SE., M.Si
NIP. 19721007 201101 1 002

Penguji II,

H. Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Nurul Fajriyah

NIM : 2108204069

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi dengan judul: Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada *Platform E-Commerce* Tiktok Shop (Survei Pada Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan). Yang dibuat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Strata Satu pada Jurusan/Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, sebagaimana yang telah saya ketahui adalah bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah pernah diajukan atau dipakai untuk mendapatkan gelar di lingkungan Institut maupun di Perguruan Tinggi atau instansi lainnya, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang menjadi sumber informasi atau acuan yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan aturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dan klaim terhadap keaslian karya tulis ini.

Cirebon, 9 Maret 2025

Nurul Fajriyah

NIM. 2108204069

KATA PERSEMBAHAN



Puji dan syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan program Strata-1 (S1) Program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing dan mengarahkan selama penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih atas jasa dan doa yang telah di berikan dari berbagai pihak tersebut terutama kepada:

1. Kepada Cinta Pertama serta panutanku Alm. Bapak Sarip yang sudah tenang di alam sana. Banyak hal yang sudah saya lalui, tanpa sosok Bapak saya tidak akan sekuat ini. Rasa iri dan rindu yang sering kali membuat saya terjatuh tertampar realita. Tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga saya. Terima kasih banyak sedalam-dalamnya saya ucapkan karena sudah bekerja keras semaksimal mungkin atas kehidupan yang Bapak berikan. Maka, tulisan ini penulis persembahkan untuk malaikat pelindung di surga. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan ditempatkan ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
2. Kepada Pintu Syurgaku Ibu Yayat Nurhayati, Terima kasih atas segala motivasi, pesan, doa dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu menjadi seseorang yang berpendidikan. Terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas

kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang saya tempuh. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.

3. Kepada Kakak pertama saya Syamsul Anwar beserta istrinya Nia Yatnika. Terima kasih banyak atas dukungan, waktu, tenaga dan doa yang diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studinya sampai akhir.
4. Kepada Kakak kedua saya Muhammad Sufyan Atsauri beserta istrinya Tiara Pratiwi. Terima kasih banyak atas dukungan, waktu, tenaga dan doa yang diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studinya sampai akhir.
5. Kepada Adik Perempuan tercinta saya Silvi Jahra, Terima kasih sudah banyak membantu dan memberi semangat dalam kesulitan-kesulitan yang dialami penulis selama menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih sudah selalu sabar membantu penulis dalam segala prosesnya.
6. Kepada ponakan saya yang lucu Mikayla Putri Humaira dan Kayesha Fatima Sakhi, Terima kasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis senang hingga membuat penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman terbaik saya selama masa perkuliahan Kurniawati, Neng Inka Najila Nurpaujiah dan Ai Didah. Terima kasih atas dukungan juga selalu memberikan motivasi agar penulis semangat dan tekun dalam menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas segala kebaikan dan waktu yang selalu kita habiskan bersama selama masa perkuliahan.
8. Kepada teman-teman terbaik seperjuangan saya di Pondok Pesantren Al-Ghozali yaitu Fadia Dara Huzaifah, Fajar Tsaniatus Sholikhah, Latifah Ainun Siddiq, Dwi Noor Maulida dan teman-teman lainnya. Terima kasih telah mensupport penulis dan mendoakan penulis dengan sepenuh hati agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
9. Kepada support system saya, Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah

kedua, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Terima kasih untuk segalanya.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

MOTTO HIDUP

“ Dan bersabarlahkamu., sesungguhnya janji Allah adalah benar “

(QS. Ar-Rum:60)

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju”

“Tuhan Membawamu Sejauh Ini Bukan Untuk Mengalami Kegagalan”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Chandra)

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis Nurul Fajriyah, lahir di Kuningan pada tanggal 29 April 2003 merupakan anak ketiga dari pasangan Alm. Bapak Sarip dan Ibu Yayat Nurhayati dan dibesarkan, dirawat dan dididik oleh mereka. Penulis tinggal di Dusun Manis Rt 002 Rw 003 Desa Kadurama, Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.

Jenjang Pendidikan yang ditempuh yaitu:

1. RA Sabilul Huda (2008-2009)
2. SD Negeri 1 Kadurama (2009-2015)
3. MTs PUI Ciawigebang (2015-2018)
4. MA Negeri 2 Kuningan (2018-2021)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi “PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA *PLATFORM E-COMMERCE* TIKTOK SHOP (SURVEI PADA MASYARAKAT PERUMAHAN CIKONDANG KUNINGAN)” di bawah bimbingan Bapak Dr. Abdul Aziz. M.Ag dan Ibu Ila Navilah, S.Sos.,ME.Sy. Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan karunia, rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop (Survei Pada Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan)**”. Dan tak lupa juga penulis kirimkan shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis beberapa kali mengalami hambatan dan tantangan, tetapi hal tersebut tidak menjadikan penulis putus semangat dalam menyelesaikan skripsi tersebut. Penulis menyadari bahwa keikhlasan, usaha, serta doa yang akan membawa kelancaran dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya serta salam penuh hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, MH, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

5. Bapak Dr. Abdul Aziz, M. Ag, selaku dosen Pembimbing Skripsi I dan Ibu Ila Navilah, S.Sos.,M.E.Sy, selaku dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas serta memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan studi di kampus.
7. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, khususnya teman-teman Ekos B yang selama 4 tahun bersama menjalani studi.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tetapi berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amiin ya Rabal ‘Alamin.

Cirebon, 8 Maret 2025

Penyusun,

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Nurul Fajriyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO HIDUP	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II	12
KAJIAN TEORI	12
A. Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	12
B. Keputusan Pembelian	14

C. Perilaku Konsumen	18
D. Harga	23
E. Daya Tarik Iklan	26
F. <i>Literature Review</i>	29
G. Kerangka Konseptual	35
H. Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Pendekatan Penelitian	38
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Variabel Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Definisi Operasional Variabel.....	41
G. Teknik Uji	43
H. Teknis Analisis Data	45
I. Uji Regresi Linier Berganda	46
J. Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV.....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Profil Masyarakat Perumahan Cikondang Kuningan.....	57
C. Distribusi Frekuensi Variabel	60
D. Pengukuran Data	75
E. Teknik Analisis Data.....	78
3. Uji Heteroskedastisitas.....	80
F. Uji Regresi Linier Berganda	83
G. Pengujian Hipotesis.....	84
H. Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V	98

KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	107



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Literature Review</i>	29
Tabel 3.1 Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Perbandingan Harga Tiktok dengan <i>E-Commerce</i> Lain	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.3 Usia Responden.....	57
Tabel 4.4 Jumlah Pendapatan/Bulan.....	58
Tabel 4.5 Frekuensi Belanja di Tiktok Shop.....	59
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik Iklan (X2)	65
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.13 Uji Park.....	82
Tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.15 Uji T Parsial	85
Tabel 4.16 Uji F Simultan.....	86
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	87

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Faktor Penting Pendorong Belanja Online di Indonesia	1
Gambar 1.2	Data Pengunjung Situs Jual Beli Online Tahun 2023	4
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.1	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t	47
Gambar 3.2	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji f	48
Gambar 4.1	Logo Tiktok Shop.....	50
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	81



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang di pakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor 159/1987 dan nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin:

Huruf Arab	Nama	Huruh Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es) dengan titik diatas(
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	Zet) dengan titik diatas(
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣa	Ṣ	Es) dengan titik dibawah(
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	<i>Apostrof</i>
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau difong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
و	Dammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ = *kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلٌ = *qaula*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا	fathah dan alif / ya	Ā	a dan garis atas
يِ	fathah dan ya	Ī	I dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz qaala yuusufu li abiihi*

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh:

رَوَّاءُ الْأَطْفَالِ = *raudlatul Athfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةَ = *thalhah*

E. Syaddah/Tasydid

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda sayaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا = *rabbanaa*

نُعْمَ = *Nu'ima*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ال. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang

diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

1	ت	T	8	ش	sy
2	ث	Ś	9	ص	ş
3	د	D	10	ض	ḍ
4	ذ	Ẓ	11	ط	ṭ
5	ر	R	12	ظ	ẓ
6	ز	Z	13	ل	L
7	س	S	14	ن	N

Contoh:

النَّمْلُ = *an-namlu*

الدَّهْرُ = *ad-dahru*

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya. Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu:

1	ا	a,i,u	8	ف	F
2	ب	B	9	ق	Q

3	ج	J	10	ك	k
4	ح	h	11	م	m
5	خ	KH	12	و	w
6	ع	‘	13	ه	H
7	غ	G	14	ي	Y

Contoh:

القَمَرُ = *al-qamaru*

الفَقْرُ = *al-faqrū*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

شَيْءٌ = *sya'iu*

إِنَّا = *inna*

أَمْرٌ = *umirtu*

أَكَلَ = *akala*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau

harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا = *Bismillaahi majraha wa mursaaha*
إِبْرَاهِيمَ خَلِيلٍ = *Ibraahima Khaliil*

I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam ejaan bahasa Indonesia yang disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa maa Muhammadun illarRasul*
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamiin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. Kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jamii'an*
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alamin*

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

