

**PENGARUH TIKTOK LIVE @BITTERSWEETBYNAJLA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BITTERSWEET
BY NAJLA**

(Studi Pada Penonton TikTok Live @bittersweetbynajla)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata -1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

IGA RADHINA
NBI : 1152000029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Iga Radhina

NBI : 1152000029

Judul : Pengaruh TikTok Live @bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla (Studi pada penonton TikTok live @bittersweetbynajla)


Surabaya, 9 Juli 2024

Mengetahui
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120870103


Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
NPP. 20150130616

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 9 Juli 2024

Dewan Penguji:

1. Drs Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Ketua

2. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA

Anggota

3. Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP:20120870103

TANDA PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Iga Radhina
NBI : 1152000029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh TikTok Live @bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla (Studi pada penonton TikTok live @bittersweetbynajla)

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 9 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



(Iga Radhina)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JI SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@ustag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iga Radhina
NBI/NPM : 1152000029
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

"Pengaruh TikTok Live @bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla

(Studi Pada Penonton TikTok Live @bittersweetbynajla)"

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : Kamis, 4 Juli 2024



ABSTRAK

Behaviorisme menggambarkan manusia sebagai makhluk yang dikendalikan sepenuhnya oleh lingkungannya atau disebut dengan Homo Mecanicus. Teori Behaviorisme adalah teori yang mempelajari perilaku manusia. Perspektif perilaku berfokus pada peran pembelajaran dan menjelaskan perilaku manusia dan terjadi mealui rangsangan berbasis Stimulus menimbulkan hukum mekanis hubungan respons perilaku (reaksi). stimulus-response (S-R) berasumsi bahwa pesan disiapkan dan disampaikan secara sistematis dan dalam skala besar, sehingga dapat disampaikan secara bersamaan kepada sejumlah besar individu dan tidak ditujukan pada perorangan. Hal ini sesuai dengan apa yang dilakukan oleh akun TikTok @bittersweetbynajla yang rutin melakukan live streaming atau live TikTok dalam memperkenalkan produknya kepada semua orang hingga dapat mempengaruhi sampai terjadinya perubahan perilaku yang menimbulkan keinginan untuk membeli produk Bittersweet by Najla. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh TikTok live yang dilakukan oleh Bittersweet by Najla terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 dengan kriteria penonton live TikTok @bittersweetbynajla. Jenis penelitian ini yaitu menggunakan kuantitatif metode survei yang jenisnya eksplanatory untuk memperoleh jawaban atas data yang telah diambil sesuai dengan sampel representative pada populasi. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah pada uji hipotesis F penelitian ini secara simultan dapat diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap TikTok live @bittersweetbynajla terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla. Sedangkan pada hasil hipotesis berdasarkan uji T dinyatakan terdapat pengaruh positif antara TikTok live @bittersweetbynajla dengan minat beli konsumen Bittersweet by Najla.

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Minat Beli

ABSTRACT

Behaviorism describes humans as creatures who are completely controlled by their environment or are called Homo Mecanicus. Behaviorism theory is a theory that studies human behavior. The behavioral perspective focuses on the role of learning and explains human behavior and occurs through stimulus-based stimuli giving rise to mechanical laws of behavioral response relationships (reactions). stimulus- response (S-R) assumes that messages are prepared and delivered systematically and on a large scale, so that they can be delivered simultaneously to a large number of individuals and are not directed at individuals. This is in accordance with what is done by the TikTok account @bittersweetbynajla, which regularly does live streaming or live TikTok to introduce its products to everyone so that it can influence behavior changes that lead to the desire to buy Bittersweet by Najla products. This research aims to find out whether there is an influence of TikTok live conducted by Bittersweet by Najla on the buying interest of Bittersweet by Najla consumers. This research used a sample of 100 with the criteria of live TikTok viewers @bittersweetbynajla. This type of research uses quantitative explanatory survey methods to obtain answers to data that has been taken according to a representative sample of the population. Based on the results of this research, the simultaneous test of hypothesis F in this research can be accepted, that there is a significant influence on TikTok live @bittersweetbynajla on consumers' buying interest in Bittersweet by Najla. Meanwhile, the hypothesis results based on the T test stated that there was a positive influence between TikTok live @bittersweetbynajla and consumers' buying interest in Bittersweet by Najla.

Keywords : Social Media, TikTok, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh TikTok Live @bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla”. Skripsi ini dimaksudkan untuk diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung selesainya skripsi ini, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Dr. Ayun Maduwinati, MP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Moh. Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.
3. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing I yang memberikan arahan selama proses bimbingan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang memberikan bimbingan dan nasihat dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses bimbingan skripsi.
5. Kepada almarhum papa tercinta yang menjadi panutan hidup saya.
6. Kepada bapak, mama, kakak, dan adik Saya yang selalu menjadi penyemangat penulis, yang tiada hentinya selalu memberi kasih sayang dan doa dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih mama yang selalu berjuang untuk kehidupan saya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi untuk selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
7. Sahabat saya Mukharom Dwi Anggara yang selalu mendukung dan menemani proses saya untuk berani melangkah hingga sejauh ini.
8. Teman-teman kuliah saya yang selalu menemani berkeluh kesah dan membangkitkan semangat lagi untuk lulus bersama.
9. Sahabat SMK saya yang mendukung dan menemani saya selama proses bimbingan skripsi berlangsung.
10. Partner bisnis saya, yang selalu mendukung dan menasehati serta memberi ide-idenya untuk menyelesaikan Tugas Akhir

11. Terakhir tentunya terima kasih untuk diri saya sendiri, sudah sanggup melangkah hingga sejauh ini, semoga usaha yang dilakukan akan berbuah baik di masa depan.

Surabaya, Juni 2024

Iga Radhina
1152000029

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
TANDA PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Teori Behaviorisme	13
2.2.2 Teori Stimulus Respon (S-R).....	14
2.2.3 Teori SOR	15

2.3	Landasan Konseptual.....	17
2.3.1	TikTok Live.....	17
2.3.2	Minat Beli.....	18
2.4	Kerangka Dasar Penelitian.....	20
2.5	Hipotesis.....	21
BAB III. METODE PENELITIAN		23
3.1	Pendekatan Penelitian.....	23
3.2	Jenis Penelitian.....	23
3.3	Populasi Dan Sampel.....	23
3.3.1	Populasi.....	23
3.3.2	Sampel.....	24
3.4	Pengukuran Dan Instrumen Penelitian.....	25
3.4.1	Uji Validitas.....	25
3.4.2	Realibilitas Data.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5.1	Data Primer.....	27
3.5.2	Data Sekunder.....	27
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	28
3.6.3	Korelasi Product Moment.....	28
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	28
3.6.5	Uji Hipotesis.....	28
3.7	Definisi Konsep Operasional Variabel.....	29
3.7.1	Definisi Konsep.....	29
3.7.2	Definisi Operasional.....	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN		35

4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	35
4.2	Penyajian Data	37
4.2.1	Karakteristik Responden	37
4.2.2	Gambaran Variabel Yang Di Teliti	39
4.3	Hasil Dan Pembahasan	48
4.3.1	Penyajian Instrumen	48
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3	Uji Analisis Regresi Sederhana	51
4.3.4	Uji Korelasi Product Moment.....	51
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi.....	52
4.3.6	Hasil Uji Hipotesis	53
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
BAB V. PENUTUP.....		57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Rekomendasi.....	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2 Critical Review.....	11
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	25
Tabel 3.2 Interpretasi Reliabilitas.....	27
Tabel 3.3 Interval Koefisien Determinasi	29
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel X.....	30
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Y.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel TikTok Live @bittersweetbynajla.....	39
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.1	40
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.2	40
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.3	41
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Utem Pertanyaan X1.4.....	41
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.5	42
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.6	42
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.7	43
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.8	43
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan X1.9	44
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	44
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.1	45
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.2	45
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.3	46
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.4	46
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.5	47
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Y1.6	47
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.24 Hasil Uji Linieritas	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	51
Tabel 4.26 Hasil Uji Pearson Product Moment	52
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.28 Hasil Uji T.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi S-R.....	15
Gambar 2.2 Diagram Penerapan SOR.....	16
Gambar 2.3 Kerangka Dasar Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Logo Bittersweet by Najla.....	36
Gambar 4.2 Akun TikTok @Bittersweet by Najla	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Skripsi	61
Lampiran 2. Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	63
Lampiran 3. Hasil Turnitin	66
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 5. Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) Validitas X :	76
Lampiran 6. Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Analisis Regresi Sederhana, Uji Korelasi Product Moment, dan Uji Hipotesis	80