



**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS
LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKET.COM**

SKRIPSI

YORLIN MONICA 2110111030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS
LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKET.COM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

YORLIN MONICA 2110111030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yorlin Monica

NIM : 2110111030

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 05 Oktober 2024

Yang menyatakan,


(Yorlin Monica)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yorlin Monica
NIM : 2110111030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

"PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKET.COM"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal: 1 Desember 2024
Yang menyatakan,


METRAAL
TIAPSEL
SERIAL: 100067075
(Yorlin Monica)

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKET.COM

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Yorlin Monica 2110111030

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 31/12/2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM
Ketua Penguji



Yuliniar, SE, MM
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M
Penguji II



Dr. Lubadiah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, SE., MM
Koordinator Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 31/12/2024

***THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA, SERVICE QUALITY,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR TIKET.COM
USERS***

By Yorlin Monica

Abstract

This research is a quantitative study conducted with the aim of providing deeper insight into the factors that influence purchasing decisions and providing strategic recommendations for companies in improving marketing performance. This research involved 100 respondents who are Tiket.com users in the South Jakarta area. The sample selection was carried out using purposive sampling method. Data processing was carried out using SmartPLS 4.0 by applying SEM-PLS analysis techniques, with a significance level of 0.05. The results obtained from the test show that (1) TikTok Social Media has a significant influence on Purchasing Decisions, (2) Service Quality also has a significant effect on Purchasing Decisions, and (3) Brand Image has a significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *TikTok Social Media, Service Quality, Brand Image, and Purchasing Decisions.*

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA TIKET.COM**

Oleh Yorlin Monica

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian serta memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna Tiket.com di wilayah Jakarta Selatan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 dengan menerapkan teknik analisis SEM-PLS, dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil yang diperoleh dari pengujian menunjukkan bahwa (1) Media Sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Kualitas Layanan juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan (3) Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial TikTok, Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

BERITA ACARA



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Bekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL, TA. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 31 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Yorlin Monica

No.Pokok Mahasiswa : 2110111030

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Media Sosial Tiktok, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tiket.com

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	
2	Yulinar, SE, MM	Anggota I	
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II (**)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 31 Desember 2024

Mengesahkan

A. H. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., MM

PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Tiktok, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tiket.com”** dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada program studi Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Antar Venus, M.A., Comm. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
4. Ibu Suharyati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta saran-saran yang sangat bermanfaat.
5. Ibu Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing akademik.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan doa dan dukungan selama menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca serta semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 23 Agustus 2024

Yorlin Monica

DAFTAR ISI

SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKARTA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Manajemen Pemasaran	13
2.1.3. Keputusan Pembelian	15
2.1.4. Media Sosial Tiktok	18
2.1.5. Kualitas Layanan	20
2.1.6. Citra Merek	22

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	24
2.3. Model Penelitian	36
2.3.1. Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.4. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1. Definisi Operasional	39
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	40
3.1. Populasi dan Sampel	41
3.1.1. Populasi.....	41
3.1.2. Sampel.....	41
3.2. Teknik Pengumpulan Data	42
3.2.1. Jenis Data	42
3.2.2. Sumber Data	42
3.2.3. Pengumpulan Data.....	43
3.4. Analisis Data.....	43
3.4.1. Pretest.....	45
3.4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	45
3.4.2. Analisis Statistik Inferensial	47
3.4.3. Uji Validitas	52
3.4.4. Uji Reabilitas	53
3.4.5 Uji Hipotesis	53
a) Uji R-Square (R ²)/Koefisien Determinasi	53
b) Uji Q Square (Q ²).....	54
c) Uji t (Koefisien Regresi Parsial)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.2 Pretest.....	59
4.3 Deskripsi Data Penelitian	62
4.3.1 Deskripsi Data Responden	62

4.3.2 Analisis data Deskriptif.....	65
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis	71
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	77
4.3.3 Uji Hipotesis	79
4.5 Pembahasan.....	86
4.5.1 Pengaruh Sosial Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian	86
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	89
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Keterbatasan Penelitian	95
5.3 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98
RIWAYAT HIDUP	102
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Table 1 Rating dan Review Tinggi Online Tiket.com	4
Table 2 Rating dan Review Rendah Online Tiket.com.....	5
Table 3 Ulasan Pelanggan Tiket.com.....	6
Table 4 Matriks Penelitian Terdahulu Terhadap (Y) Keputusan Pembelian	33
Table 5 Pengukuran Variabel.....	40
Table 6 Skala Pengukuran Likert	43
Table 7 Kisi-Kisi Pengukuran Variabel	43
Table 8 Skala Penilaian Survei	46
Table 9 Interpretasi Nilai Indeks.....	47
Table 10 Interpretasi Nilai Reliabilitas	53
Table 11 Interpretasi Nilai R-Square	54
Table 12 Interpretasi Nilai Q-Square	54
Table 13 Hasil Content Validity	59
Table 14 Hasil Construct Validity	61
Table 15 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Table 16 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Table 17 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Aktivitas.....	64
Table 18 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	65
Table 19 Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	66
Table 20 Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Sosial Media Tiktok.....	67
Table 21 Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Kualitas Layanan	68
Table 22 Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Citra Merek	70
Table 23 Hasil Outer Loading.....	72
Table 24 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	74
Table 25 Hasil Fornell-Lacker	75
Table 26 Hasil Cross Loading.....	75
Table 27 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Table 28 Hasil Uji R-Square	78
Table 29 Hasil Uji Q-Square.....	78
Table 30 Hasil Uji Bootstrapping	79
Table 31 Hasil Korelasi Variabel Independen dan Dependen	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Tiktok di Dunia.....	1
Gambar 2 Pengguna Tiktok di Indonesia.....	2
Gambar 3 Top Brand Indeks Situs Tiket Pesawat	3
Gambar 4 Review keluhan pelanggan Tiktok Tiket.com.....	6
Gambar 5 Penjualan Tiket.com.....	8
Gambar 6 Model Penelitian	36
Gambar 7 Langkah-Langkah PLS.....	48
Gambar 8 Inner Model Penelitian	49
Gambar 9 Outer Model Penelitian	50
Gambar 10 Diagram Jalur	51
Gambar 11 Hasil Pengujian Outer Model.....	72
Gambar 12 Hasil Pengujian Inner Model.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Data Kuesioner Pretest 32 Responden.....	111
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden	116
Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif	130
Lampiran 5 Hasil Output SmartPLS	134
Lampiran 6. Tabel T.....	140