

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMBELIAN IMPULSIF
PRODUK *BODY SERUM* HERBORIST DI *SOCIAL COMMERCE*
TIKTOK**

MAISY ANGELIN

1707621082



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**DETERMINING FACTORS OF IMPULSIVE PURCHASE
HERBORIST BODY SERUM PRODUCTS ON TIKTOK
SOCIAL COMMERCE**

MAISY ANGELIN

1707621082



**This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University
of Jakarta**

BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STATE

UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

MAISY ANGELIN. *Faktor Faktor Penentu Pembelian Impulsif Produk Body Serum Herborist di Social Commerce TikTok*. Skripsi: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived enjoyment*, *visual appeal*, dan *social presence* terhadap *impulsive purchase* pada konsumen TikTok Shop pengguna produk Body Serum Herborist. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan melibatkan 204 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *visual appeal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived enjoyment*. Namun, *perceived ease of use* dan *social presence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived enjoyment*. Kemudian, *social presence* dan *perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive purchase*. Namun, *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive purchase*.

Temuan ini menegaskan pentingnya pengalaman visual dan elemen interaktif dalam mendorong perilaku pembelian impulsif di platform *social commerce*, khususnya TikTok Shop. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pemasar dan pelaku bisnis dalam merancang strategi konten yang mampu memicu pengalaman menyenangkan dan mendorong keputusan pembelian secara spontan.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use*, *Visual Appeal*, *Social Presence*, *Perceived Enjoyment* dan *Impulsive Purchase*

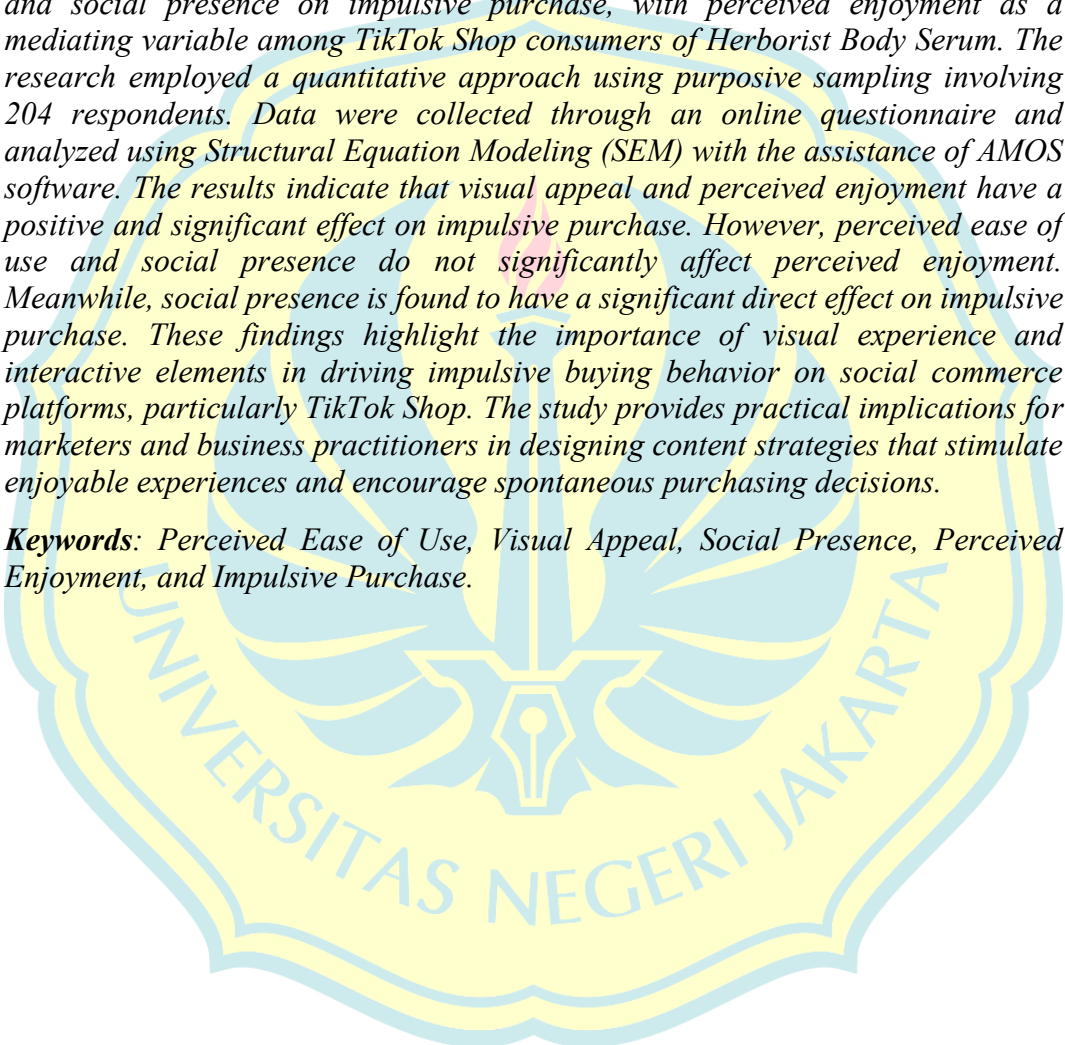
Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

MAISY ANGELIN. *Determining Factors of Impulse Purchase of Herborist Body Serum Products on TikTok Social Commerce. Thesis: Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025.*

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, visual appeal, and social presence on impulsive purchase, with perceived enjoyment as a mediating variable among TikTok Shop consumers of Herborist Body Serum. The research employed a quantitative approach using purposive sampling involving 204 respondents. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of AMOS software. The results indicate that visual appeal and perceived enjoyment have a positive and significant effect on impulsive purchase. However, perceived ease of use and social presence do not significantly affect perceived enjoyment. Meanwhile, social presence is found to have a significant direct effect on impulsive purchase. These findings highlight the importance of visual experience and interactive elements in driving impulsive buying behavior on social commerce platforms, particularly TikTok Shop. The study provides practical implications for marketers and business practitioners in designing content strategies that stimulate enjoyable experiences and encourage spontaneous purchasing decisions.

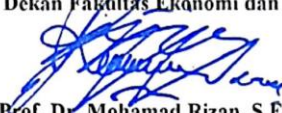
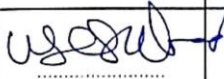
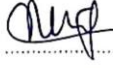
Keywords: *Perceived Ease of Use, Visual Appeal, Social Presence, Perceived Enjoyment, and Impulsive Purchase.*



Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP 198209082010122004 (Ketua Penguji)		6/8/2025
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP 199504122023212041 (Penguji 1)		6/8/2025
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP 199401182023212040 (Penguji 2)		8/8/2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1)		8/8/2025
5	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP 199302202019032022 (Pembimbing 2)		8/8/2025
Nama : Maisy Angelin No. Registrasi : 1707621082 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 14 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Agustus 2025



METERAI
TEMPEL
E1185AMX366681649
Maisy Angelin

NIM. 1707621082

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maisy Angelin
NIM : 1707621082
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Pendidikan Bisnis
Alamat email : maisyangelin245@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *BODY SERUM* HERBORIST DI *SOCIAL COMMERCE* TIKTOK"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 Agustus 2025

Penulis

Maisy Angelin

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR PENENTU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *BODY SERUM* HERBORIST DI SOCIAL COMMERCE TIKTOK" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Dr. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar dan telaten memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan hingga tahap skripsi ini dapat saya tuntaskan dengan baik.
5. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar dan telaten memberikan arahan, saran, serta motivasi sampai pada tahap skripsi ini dapat saya selesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen di Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi saya.

7. Segenap jajaran staf di Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis atas segala bantuan administrasi, pelayanan, dan dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis. Terima kasih atas doa dan kasih sayang yang tiada henti, serta dukungan moral dan material yang diberikan tanpa syarat.
9. Wiguna Vega Wijaya selaku kekasih tercinta, dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus karena senantiasa memberikan dukungan moral, semangat, serta kasih yang tak ternilai selama proses ini berlangsung. Kehadiran dan perhatiannya telah menjadi sumber kekuatan yang luar biasa dalam setiap langkah yang saya tempuh. *I love you to the moon and back!*
10. Sonia Desyanti Sirait, sahabat yang selalu setia menemani dari awal sampai akhir, terima kasih atas semangat, bantuan, dan energi positif yang dibawakan selama ini. Terima kasih karena selalu percaya bahwa saya bisa menyelesaikan ini, bahkan disaat saya meragukan diri sendiri.
11. Anisa Roma Ulina Sihombing, sahabat yang selalu hadir sejak awal perjalanan kuliah, terima kasih atas dukungan yang tak pernah putus dan kesediaan untuk terus menemani dalam setiap proses, yang mana kehadiran tersebut menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
12. Anggun Levina Siregar, sahabat yang selalu membawa semangat dan keceriaan, terima kasih atas dorongan positif dan tawa yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan.
13. Larasati dan Putri Angelita, sahabat sekelas sejak awal kuliah, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan canda tawa yang menemani perjalanan ini hingga akhir semester.
14. Teman-teman mahasiswa dan sahabat seperjuangan, atas dukungan, diskusi, dan kebersamaan selama menjalani perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.

15. Semua responden dan pihak terkait yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

16. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan menjadi amal baik yang dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa.

17. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 2 Juli 2025

Penulis,

Maisy Angelin

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Teori Pendukung	20
2.1.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	20
2.1.2 <i>Visual Appeal</i>	24
2.1.3 <i>Social Presence</i>	27
2.1.4 <i>Perceived Enjoyment</i>	31
2.1.5 <i>Impulsive Purchase</i>	34
2.2 Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis	40
2.2.1 <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	40
2.2.2 <i>Visual Appeal</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	43
2.2.3 <i>Social Presence</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	45
2.2.4 <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	48
2.2.5 <i>Social Presence</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	50
2.2.6 <i>Perceived Enjoyment</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	51
BAB 3 METODE PENELITIAN	55
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	55

3.1.1	Waktu Penelitian	55
3.1.2	Tempat Penelitian.....	55
3.2	Desain Penelitian.....	56
3.2.1	Metode Penelitian.....	56
3.3	Populasi dan <i>Sampling</i>	57
3.3.1	Populasi.....	57
3.3.2	Sampel.....	57
3.4	Pengembangan Kuesioner.....	58
3.4.1	<i>Perceived Ease of Use</i>	58
3.4.2	<i>Visual Appeal</i>	59
3.4.3	<i>Social Presence</i>	61
3.4.4	<i>Perceived Enjoyment</i>	62
3.4.5	<i>Impulsive Purchase</i>	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6	Teknik Analisis Data.....	64
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Deskripsi Data.....	68
4.1.1	Profil Responden.....	68
4.1.2	Profil Data	70
4.2	Hasil Analisis Data.....	87
4.2.1	Uji Validitas	87
4.2.2	Uji Reliabilitas	90
4.2.3	Uji Kelayakan Model	92
4.2.4	Uji Hipotesis	95
4.3	Pembahasan.....	96
4.3.1	<i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	96
4.3.2	<i>Visual Appeal</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	98
4.3.3	<i>Social Presence</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i>	98
4.3.4	<i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	100
4.3.5	<i>Social Presence</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	103
4.3.6	<i>Perceived Enjoyment</i> dan <i>Impulsive Purchase</i>	104
BAB 5 PENUTUP.....		105

5.1	Kesimpulan	105
5.2	Implikasi Penelitian.....	106
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	107
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN.....		120



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Shopping on Social Media</i>	4
Gambar 1.2 <i>Shopping Experience on Social Media</i>	5
Gambar 1.3 <i>The Herborist Body Serum ranks on TikTok</i>	8
Gambar 1.4 <i>The Herborist Body Serum ranks on TikTok</i>	9
Gambar 1.5 <i>The Herborist Body Serum Reviewers</i>	10
Gambar 1.6 <i>The Herborist Body Serum Core Metrics</i>	12
Gambar 1.7 <i>The Herborist Body Serum Sales Revenue</i>	13
Gambar 1.8 <i>Herborist's Video & Ad</i>	13
Gambar 1.9 Hasil <i>Preliminary Research</i>	15
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	53
Gambar 4.1 Model Struktural Kerangka Teori Sebelum Modifikasi.....	92
Gambar 4.2 Model Struktural Kerangka Teori Setelah Modifikasi.....	94
Gambar 4.3 Uji SEM	95



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Instrumen Pengembangan Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	59
Tabel 3.2 Instrumen Pengembangan Dimensi <i>Visual Appeal</i>	60
Tabel 3.3 Instrumen Pengembangan Dimensi <i>Social Presence</i>	61
Tabel 3.4 Instrumen Pengembangan Dimensi <i>Perceived Enjoyment</i>	62
Tabel 3.5 Kuesioner Pengembangan Dimensi <i>Impulsive Purchase</i>	63
Tabel 3.6 Skor Skala <i>Likert Type</i>	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	68
Tabel 4.2 Karakteristik Data <i>Perceived Enjoyment</i>	71
Tabel 4.3 Karakteristik Data <i>Impulsive Purchase</i>	74
Tabel 4.4 Karakteristik Data <i>Perceived Ease of Use</i>	77
Tabel 4.5 Karakteristik Data <i>Visual Appeal</i>	80
Tabel 4.6 Karakteristik Data <i>Social Presence</i>	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Kelayakan Model	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Kelayakan Model	95
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	96

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Saran dan Perbaikan Skripsi	120
Lampiran 2. Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi.....	121
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Instrumen Tahap Uji Coba	123
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reabilitas Tahap Uji Coba	127
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	135
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	136



Intelligentia - Dignitas