

**ANALISIS *IMPULSIVE BUYING* DI PLATFORM TIKTOK  
PREFERENSI PRODUK *FASHION JINISO.ID*  
(STUDI GEN Z JAKARTA)**

**PUTRI INDA YANI**

**1702521043**



*Intelligentia - Dignitas*

**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL**

**PROGRAM SARJANA TERAPAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

***ANALYSIS OF IMPULSIVE BUYING ON TIKTOK PLATFORM  
PREFERENCES FASHION PRODUCTS JINISO.ID  
(STUDY ON GENERATION Z IN JAKARTA)***

**PUTRI INDA YANI**

**1702521043**



*Intelligentia - Dignitas*

***This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of  
Applied Management degree at the Faculty of Economics and Business,  
Jakarta State University***

***DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM***

***APPLIED BACHELOR'S PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS***

***JAKARTA STATE UNIVERSITY***

***2025***

## ABSTRAK

**PUTRI INDA YANI. “ANALISIS *IMPULSIVE BUYING* DI PLATFORM TIKTOK PREFERENSI PRODUK *FASHION* JINISO.ID (STUDI GEN Z JAKARTA)”. Skripsi, DKI Jakarta: Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE.,MM and Meta Bara Berutu,S.E.,M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat dorongan pembelian impulsif (*impulsive buying*) terhadap produk *fashion* Jiniso.id di platform TikTok pada kalangan Generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada 120 responden melalui teknik *purposive sampling*. Variabel yang diteliti adalah *impulsive buying* yang terdiri dari empat dimensi, yaitu *pure impulse*, *reminder impulse*, *suggestion impulse*, dan *planned impulse*. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat dorongan *impulsive buying* terhadap produk Jiniso.id berada dalam kategori tinggi hingga sangat tinggi. Dimensi *planned impulse* memperoleh skor tertinggi sebesar 92,60%, disusul oleh *pure impulse* sebesar 90,50%, *suggestion impulse* sebesar 90,21% dan *reminder impulse* sebesar 89,17%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pembelian *Impulsive Buying* berada dalam kategori “sangat tinggi” dengan skor rata-rata 90,18%. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi konten digital yang efektif untuk menjangkau Gen Z.

**Kata kunci:** TikTok, *impulsive buying*, Gen Z, Jiniso.id, *fashion*, konten digital

## **ABSTRACT**

**PUTRI INDA YANI. “ANALYSIS OF IMPULSIVE BUYING ON TIKTOK PLATFORM PREFERENCES FASHION PRODUCTS JINISO.ID (STUDY ON GENERATION Z IN JAKARTA).” Undergraduate Thesis, Jakarta: Digital Marketing Study Program, Faculty of Economic and Business, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE.,MM and Meta Bara Berutu,S.E.,M.M.**

*This research aims to determine the level of impulsive buying tendency toward Jiniso.id fashion products on the TikTok platform among Generation Z in Jakarta. A descriptive quantitative approach was used, distributing online questionnaires to 120 respondents through purposive sampling. The variable measured was impulsive buying, consisting of four dimensions: pure impulse, reminder impulse, suggestion impulse, and planned impulse. The analysis shows that the level of impulsive buying tendency falls within the high to very high category. The planned impulse dimension scored the highest at 92.60%, followed by planned impulse 92,60%, pure impulse sebesar 90,50%, suggestion impulse 90,21% and reminder impulse sebesar 89,17% The average overall impulsive buying level was 90.18%, which is categorized as very high. This study provides insights for business actors in designing effective digital content strategies to engage Generation Z consumers.*

**Keywords:** TikTok, impulsive buying, Gen Z, Jiniso.id, fashion, digital content



# LEMBAR ORISINALITAS

## Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Inda Yani

NIM : 1702521043

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Impulsive Buying di Platform Tiktok Preferensi Produk Fashion Jiniso.ID (Studi Gen Z Jakarta)" ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 11 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan

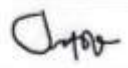
The image shows a pink revenue stamp (Meterai Tempel) with a Garuda emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'KASABANKD14533014'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Putri Inda Yani

1702521043

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### Lembar Pengesahan Skripsi

| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                        |                                                                                      |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <p><b>Penanggung Jawab</b><br/> <b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b></p>  <p><b>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</b><br/> <b>NIP. 197206272006041001</b></p> |                                                                                        |                                                                                      |                |
| No                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Nama                                                                                   | Tanda Tangan                                                                         | Tanggal        |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Dr. M. Edo Suryawan Siregar,<br>S.E., M.B.A.<br>NIP 197412212008121002<br>(Ketua)      |    | 8 Agustus 2025 |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Nofriska Krissanya, S.E.,<br>M.B.A, CHRP<br>NIP. 199111022022032013<br>(Penguji 1)     |   | 8 Agustus 2025 |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Adnan Kasofi, S.Pd., MBA<br>NIP 199107022023211023<br>(Penguji 2)                      |  | 8 Agustus 2025 |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Dr. Terrylina Arvinta<br>Monoarfa, SE., MM<br>NIP 198103222023212013<br>(Pembimbing 1) |   | 8 Agustus 2025 |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Meta Bara Berutu, S.E., M.M<br>NIP 199409222022032012<br>(Pembimbing 2)                |   | 8 Agustus 2025 |
| <p>Nama : Putri Inda Yani<br/>           No. Registrasi : 1702521043<br/>           Program Studi : D4 Pemasaran Digital<br/>           Tanggal Lulus : 28 Juli 2025</p>                                                                                                                      |                                                                                        |                                                                                      |                |

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

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Putri Inda Yani  
NIM : 1702521043  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Pemasaran Digital  
Alamat email : Putriy562@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 :

Analisis Impulsive Buying di Platform Tiktok Preferensi Produk Fashion Jiniso.ID (Studi Gen Z Jakarta)

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, 11 Agustus 2025

Penulis

(Putri Inda Yani)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, serta kemudahan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Impulsive Buying* di Platform TikTok terhadap Preferensi Produk *Fashion* Jiniso.id (Studi Gen Z Jakarta)”. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang telah banyak membantu peneliti, serta memberikan *support* dan memfasilitasi mahasiswa Pemasaran Digital selama penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE.,MM selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan *support*, bantuan, waktu, arahan, motivasi, dan mempermudah jalan peneliti untuk lulus tepat waktu selama penyusunan skripsi berlangsung.

4. Meta Bara Berutu, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan dukungan, waktu, arahan, motivasi, dan bantuan selama penyusunan skripsi berlangsung.
5. *Ma first love n always* cinta matiku, kedua orang tua tersayang dari peneliti (Alm) Papah H. M Basuki dan (Almh) Mamah Kiah. Walau kini raga kalian sudah tak terlihat, tak lagi bisa dipeluk dan digenggam erat serta rindu yang mendalam. Terima kasih Pah Mah untuk setiap cinta, doa, kasih sayang yang luas, *support*, segala pengorbanan yang tulus telah diberikan semasa hidup kalian kepada peneliti tanpa henti. Kini menjadi sumber semangat dan kekuatan utama bagi peneliti untuk bisa membanggakan kedua orang tua disana dengan mampu menyelesaikan pendidikan ini sampai akhir. Sesuai janji peneliti dan doa terakhir yang dilangitkan oleh mamah untuk peneliti bisa menuntut ilmu di kampus UNJ yang akhirnya di kabulkan tuhan sebelum kepergian mamah. *Miss n love u both sooo much, ma superhero n angels* pintu surgaku.
6. Keluarga Cemara (*Warm Family*) Keluarga besar tercinta di Jakarta dan Bogor, Mama Sumarni, Bapak Syarief Dayat, Umi Asih, Abang, Kakak dari peneliti. Terima kasih untuk setiap doa yang dipanjatkan, dukungan, bantuan, pengorbanan, semangat tak terhingga dan telah menjadi rumah ternyaman dan aman bagi peneliti untuk pulang sampai akhirnya bisa menyelesaikan penelitian ini hingga akhir.
7. Sahabat dan *support system* terbaik selama di perkuliahan, Bella Amaliah, Islamia Ahsaina Zulfa, Wanna Melanie Vannesa, Dian Ayu Lestari, Shafira

Nur Aisyah, yang selalu hadir di setiap kondisi, menemani dalam suka maupun duka, serta menjadi tempat meminta bantuan dan berbagi cerita dan semangat selama perjalanan di dunia perkuliahan *since day one* hingga saat ini.

8. Sahabat rasa Keluarga, yang selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dari peneliti untuk setiap hal, memberikan *support* dan semangat, Tazkiyah Zahra, Try Wulandary, Srivadyah Rahayu Mustika, Theresia Angeline, dan seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya A P.

9. Teman-teman seperjuangan di bangku kuliah, Rizka Amaliah, Nadia Aulia, Novita Pipit, dan serta yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah menjadi bagian penting dalam proses belajar dan bertumbuh bersama. Terima kasih atas kerja sama dan dukungan yang begitu berarti.

10. *Last but not least i wanna thank me n ma self*, Tania Putri Indah Yani. Terima kasih sudah kuat untuk terus berjuang, sudah kuat berdiri dikaki sendiri tanpa henti walau banyak proses yang menguras energi dan air mata. *But u always give up n soo proud finally u did it! I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work. Last for ma self letsgow grow to infinity and survive for all struggle in life again n again. May good things and luck always accompany ma self.*

## DAFTAR ISI

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| ABSTRAK .....                                             | i   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                     | ii  |
| KATA PENGANTAR.....                                       | iii |
| DAFTAR ISI .....                                          | vi  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                        | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                                        | x   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                     | xi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                   | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....                                   | 1   |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian.....                            | 17  |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                               | 17  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                              | 17  |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                               | 18  |
| 2.1 <i>Impulsive Buying</i> .....                         | 18  |
| a. Dimensi Impulsive Buying.....                          | 19  |
| b. Karakteristik Impulsive Buying .....                   | 22  |
| c. Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> ..... | 23  |
| 2.2 Penelitian yang Relevan .....                         | 25  |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN .....                       | 31  |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....                     | 31  |

|                                 |                                                                     |    |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2                             | Desain Penelitian .....                                             | 31 |
| 3.3                             | Populasi dan Sampel .....                                           | 32 |
| 3.3.1                           | Populasi .....                                                      | 32 |
| 3.3.2                           | Sampel .....                                                        | 33 |
| 3.4                             | Teknik Pengumpulan Data.....                                        | 34 |
| 3.5                             | Pengembangan Instrumen .....                                        | 35 |
| 3.5.1                           | Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....                              | 35 |
| 3.5.2                           | Instrumen Penelitian.....                                           | 36 |
| 3.6                             | Uji Instrumen Penelitian.....                                       | 40 |
| 3.6.1                           | Pengujian Validitas.....                                            | 40 |
| 3.6.2                           | Pengujian Reliabilitas .....                                        | 41 |
| 3.7                             | Teknik Analisis Data.....                                           | 42 |
| 3.7.1                           | Analisis Deskriptif.....                                            | 42 |
| BAB IV HASIL & PEMBAHASAN ..... |                                                                     | 44 |
| 4.1                             | Analisis Deskriptif .....                                           | 44 |
| 4.1.1                           | Profil Responden Sesuai Jenis Kelamin, Domisili, dan Pekerjaan..... | 44 |
| 4.2                             | Uji Instrumen Penelitian.....                                       | 47 |
| 4.2.1                           | Uji Validitas.....                                                  | 47 |
| 4.2.2                           | Uji Reliabilitas .....                                              | 48 |
| 4.3                             | Analisis Deskriptif impulsive buying .....                          | 48 |
| 4.3.1                           | Dimensi Pure Impulse .....                                          | 49 |
| 4.3.2                           | Dimensi Reminder Impulse.....                                       | 51 |
| 4.3.3                           | Dimensi Suggestion Impulse.....                                     | 53 |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 4.3.4 Dimensi Planned Impulse.....                           | 56 |
| 4.4 Analisis Rata-rata Tingkat <i>Impulsive Buying</i> ..... | 58 |
| BAB V KESIMPULAN & SARAN.....                                | 61 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                          | 61 |
| 1. <i>Pure Impulse Buying</i> .....                          | 61 |
| 2. <i>Reminder Impulse Buying</i> .....                      | 61 |
| 3. <i>Suggestion Impulse Buying</i> .....                    | 61 |
| 4. <i>Planned Impulse Buying</i> .....                       | 62 |
| 5.2 Implikasi .....                                          | 62 |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis .....                               | 62 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis.....                                 | 63 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian .....                            | 67 |
| 5.4 Rekomendasi .....                                        | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                         | 70 |
| LAMPIRAN.....                                                | 75 |
| RIWAYAT PENULIS.....                                         | 92 |