

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIKTOK SHOP
TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN *SPRAY*
SERUM MEREK X**



Intelligentia - Dignitas

STEPHANIE VIDA THEAPHILIA

1516622030

PROGRAM STUDI

S1 PENDIDIKAN TATA RIAS

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

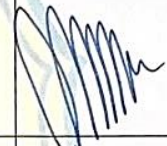
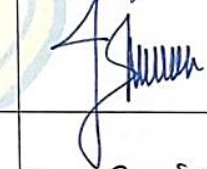
2026

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Stephanie Vida Theaphilia
NIM : 1516622030
Program Studi/Fakultas : Pendidikan Tata Rias / Teknik
Judul Penelitian : Pengaruh Penggunaan Fitur TikTok Shop Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian *Spray* Serum Merek X

ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **Lulus** (~~Tidak Lulus~~)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 10 Juli 2026
Tim Penguji,

Ketua Penguji	Dr. Aniesa Puspa Arum, M.Pd.	
Anggota Penguji (Penguji 1)	Dra. Mari Okatini Armandari, M.KM.	
Anggota Penguji (Penguji 2)	Prof. Dr. Neneng Siti Silfi A., S.Si., Apt., M.Si.	
Anggota Penguji (Pembimbing 1)	Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.	
Anggota Penguji (Pembimbing 2)	Dian Pertiwi Josua, M.Si.	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik


Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.
NIDN. 0029027204

Koordinator Program Studi
Pendidikan Tata Rias


Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0027098302

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

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 telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 4 Juni 2026
Yang membuat pernyataan,



Stephanie Vida Rheaphilia
1516622030

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



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

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.uni.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 : Stephanie Vida Theaphilia

NIM : 1516622030

Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/S1 Pendidikan Tata Rias

Alamat email : stephanievidath@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Penggunaan Fitur Tiktok Shop terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Spray Serum Merek X

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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 2026

Penulis

(Stephanie Vida Theaphilia)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Fitur TikTok Shop Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian *Spray* Serum Merek X”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak arahan, motivasi, bimbingan, serta masukan yang detail dan sistematis sejak tahap penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi ini. Kesabaran beliau dalam membimbing penulis sangat membantu dalam menyempurnakan penelitian ini.
3. Dian Pertiwi Josua, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini. Beliau sangat membantu dalam menyempurnakan penelitian ini khususnya dalam penyempurnaan metodologi penelitian sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan lebih baik dan terarah.
4. Kedua orang tua penulis tercinta, Ayahanda Agus Priyanto dan Ibunda Retno Wiyati, Terima kasih telah menjadi alasan pertama dan terakhir penulis untuk tidak pernah menyerah. Terima kasih atas dukungan, doa, dan pengertian yang selalu diberikan sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
5. Kakak-kakak penulis, Priska Claudia Wredani dan Andika Roy Khian Marselino yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga besar penulis, terutama Eyang Putri (Uti), terima kasih telah percaya pada setiap proses yang penulis jalani dan selalu mendukung dalam segala keadaan.
7. Teman-teman SMP, Grecia Ayu Angelica Siahaan dan Auliza Syifarani. Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik sejak SMP sampai detik ini dan menjadi tempat berkeluh kesah, menemani penulis di kala sedih dan senang.
8. Teman-teman seperjuangan, Sukma, Diva, Gea, Amel, Nanda, Chika, Sipa. Terima kasih untuk tawa, dukungan, dan kebersamaan ini menjadi pengingat bahwa perjuangan ini tidak dijalani sendirian.
9. Teman-teman 27, terutama Nadhifah dan Putri, terima kasih untuk semua dukungan, dan cerita yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan.
10. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis walau hanya sesaat dan tidak bisa penulis sebutkan namanya dalam skripsi. Terima kasih untuk goresan luka di hati penulis yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Terima kasih untuk segala yang belum

pernah benar-benar dimulai namun tetap meninggalkan arti. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya. Sampai jumpa, di lain waktu, di lain kisah, atau mungkin tidak sama sekali.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 28 Juli 2026

Penulis



PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIKTOK SHOP TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN *SPRAY* SERUM MEREK X

Stephanie Vida Theaphilia

**Dosen Pembimbing:
Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.
Dian Pertiwi Josua, M.si**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya penggunaan TikTok Shop sebagai media pencarian informasi, promosi, dan transaksi produk perawatan kulit. Paparan konten yang intensif belum selalu diikuti keputusan pembelian karena konsumen tetap mempertimbangkan kebutuhan, manfaat produk, ulasan, serta kesesuaiannya dengan kondisi kulit. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh penggunaan fitur TikTok Shop terhadap tingkat keputusan pembelian *spray* serum Merek X pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan rancangan kausal. Sampel terdiri atas 96 mahasiswa dari Fakultas Bahasa dan Seni, Fakultas Ilmu Sosial, dan Fakultas Teknik yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan secara daring menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis melalui regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 27. Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi $Y = 43,724 + 0,612X$. Nilai t hitung sebesar 7,667 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,01. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,385 menunjukkan bahwa penggunaan fitur TikTok Shop menjelaskan 38,5% variasi keputusan pembelian, sedangkan 61,5% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Hasil tersebut membuktikan bahwa penggunaan fitur TikTok Shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian *spray* serum Merek X.

Kata kunci: keputusan pembelian, pemasaran digital, *spray* serum, TikTok Shop

THE INFLUENCE OF TIKTOK SHOP FEATURE USAGE ON THE PURCHASE DECISION LEVEL OF BRAND X SPRAY SERUM

Stephanie Vida Theaphilia

Supervisors:

Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.

Dian Pertiwi Josua, M.si

ABSTRACT

This study was motivated by the extensive use of TikTok Shop as a channel for searching for information, viewing promotions, and purchasing skincare products. Intensive exposure to promotional content does not always lead directly to a purchase because consumers continue to consider their needs, product benefits, reviews, and suitability for their skin condition. This study aimed to determine the effect of TikTok Shop feature usage on the purchase decision level for Brand X spray serum among 2022-entry students at Universitas Negeri Jakarta. A quantitative associative approach with a causal design was employed. The sample comprised 96 students from the Faculty of Languages and Arts, the Faculty of Social Sciences, and the Faculty of Engineering, selected through purposive sampling. Data were collected online using a Likert-scale questionnaire and analyzed through simple linear regression, a t-test, and the coefficient of determination with SPSS 27. The analysis produced the regression equation $Y = 43.724 + 0.612X$. The calculated t-value of 7.667 exceeded the critical t-value of 1.985, with a significance value below 0.01. The coefficient of determination was 0.385, indicating that TikTok Shop feature usage explained 38.5% of the variation in purchase decisions, while the remaining 61.5% was attributable to factors outside this study. These findings demonstrate that TikTok Shop feature usage has a positive and significant effect on the purchase decision level for Brand X spray serum.

Keywords: digital marketing, purchase decision, spray serum, TikTok Shop

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Hakikat Keputusan Pembelian Produk <i>Spray</i> Serum Merek X	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.1.1.3 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian	18
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.1.1.5 Serum Semprot (<i>Spray Serum</i>) Merek X	26
2.1.1.6 Perbandingan Produk Sejenis dan Efek Samping	34
2.1.2 Penggunaan Fitur TikTok Shop	35
2.1.2.1 Pengertian Penggunaan Fitur TikTok Shop	35
2.1.2.2 Literasi Digital pada Platform TikTok	43
2.1.2.3 Faktor – Faktor Penggunaan Fitur TikTok Shop	44
2.1.2.4 Indikator Penggunaan Fitur TikTok Shop	46
2.1.2.5 Strategi Perusahaan dalam Memasukkan Produk ke Media Sosial	47
2.1.2.6 Keunggulan dan Kekurangan Fitur TikTok Shop	49
2.2 Penelitian yang Relevan	50
2.3 Kerangka Pemikiran	52
2.5 Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Tempat, Waktu dan Penelitian	54
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.2.1 Populasi	54
3.2.2 Sampel	55
3.3 Variabel Penelitian	57
3.3.1 Keputusan Pembelian Produk <i>Spray</i> Serum Merek X	57
3.3.2 Penggunaan Fitur TikTok Shop	58
3.4 Metode, Rancangan dan Prosedur Penelitian	59
3.5 Instrumen Penelitian	60

3.6 Teknik Pengumpulan Data	64
3.7 Teknik Analisis Data	65
3.7.1 Uji Kualitas Instrumen	65
3.7.1.1 Uji Validitas.....	65
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	67
3.7.2.1 Uji Normalitas	67
3.7.2.2 Uji Linearitas.....	67
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	68
3.7.4 Uji t.....	69
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	69
3.8 Hipotesis Statistik.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Deskripsi Data Responden	71
4.1.2 Distribusi Frekuensi	73
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	78
4.2.1 Uji Normalitas	78
4.2.2 Uji Linearitas.....	78
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	79
4.3 Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	80
4.3.2 Uji T Parsial.....	81
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi.....	82
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V KESIMPULAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi.....	88
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	88
5.2.2 Implikasi Praktis.....	89
5.3 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswa UNJ Angkatan 2022	55
Tabel 3. 2 Skala Likert	60
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X.....	61
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y	62
Tabel 4.1 Usia Responden.....	71
Tabel 4.2 Asal Fakultas Responden	72
Tabel 4.3 Platform Belanja Online Produk	73
Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Variabel Penggunaan Platform TikTok	74
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	78
Tabel 4.8 Hasil Uji T Parsial	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Merek dari X (Skintific).....	28
Gambar 2. 2 Data Grafik Penjualan Produk Merek X (Skintific).....	29
Gambar 2. 3 Spray Serum Merek X (Skintific)	30
Gambar 2. 4 Hasil Nilai Penjualan Produk Merek X (Skintific)	32
Gambar 2. 5 Data Survei Market Hac Penjualan Produk Merek X (Skintific).....	33
Gambar 2. 6 Indeks Jumlah Pengguna Aktif Aplikasi Sosial Media	41
Gambar 2. 7 Rata-Rata Durasi Penggunaan Aplikasi Media Sosial di Indonesia Per-hari.....	42
Gambar 2. 8 Negara dengan GMV TikTok Shop Terbesar	39
Gambar 2. 9 Bagan Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 4.1 Grafik Histogram X Penggunaan Platform TikTok.....	75
Gambar 4.2 Grafik Histogram Variabel Y Keputusan Pembelian.....	77
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	79
Gambar 4.4 Grafik Persamaan Regresi Linier Sederhana	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Permasalahan pada Survey Data Awal	101
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	108
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	111
Lampiran 5. Hasil Output SPSS Validitas.....	113
Lampiran 6. Hasil Output SPSS Reliabilitas	122
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Profil Responden.....	122
Lampiran 8. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik	121
Lampiran 9. Hasil Output SPSS Uji Hipotesis	123

