

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KONTEN MARKETING PADA
TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi
Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri
Sriwijaya)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**KHOTIFAH NURAINI
NPM 061930601527**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KONTEN MARKETING PADA
TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi
Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri
Sriwijaya)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**KHOTIFAH NURAINI
NPM 061930601527**

Menyetujui,

Pembimbing I

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

**Palembang,
Pembimbing II**

**Dr. Paisal, S.E., M.Si
NIP 19710904200501001**

2022

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP. 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khotifah Nuraini

NPM : 061930601527

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2022
Yang membuat pernyataan,



Khotifah Nuraini
NPM 061930601527

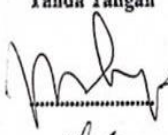

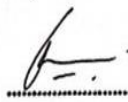
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Khotifah Nuraini
NIM : 061930601527
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing
Pada TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Di
Shopee

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 12 Agustus 2022

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Markoni Badri, S.E., MBA</u> Ketua Penguji		23 Agustus 2022
2.	<u>Afrizawati, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		23 Agustus 2022
3.	<u>Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si</u> Anggota Penguji		23 Agustus 2022

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Never give up because beautiful things can be born from misery"

Bridgett Devoue

"If you never try you'll never know"

Khotifah Nuraini

Persembahan:

- ✓ Orang Tua
- ✓ Para Dosen yang kami hormati
- ✓ Saudara-saudara kami
- ✓ Teman seperjuangan 6NE
- ✓ Almamater Politeknik Negeri
Sriwijaya Palembang

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan berkah, rahmat dan hidayah serta perlindungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan baik serta sholawat beriring salam tidak lupa selalu tercurahkan untuk baginda Nabi Muhammad SAW.

Laporan Akhir ini berjudul “Pengaruh Reviw Produk dan Konten Marketing Pada TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Tujuan dibuat Laporan Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi jenjang Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnsi Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan ini membahas tentang review produk dan konten marketing pada TikTok apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya. Hasil dari analisis diketahui bahwa review produk dan konten marketing pada TikTok berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk kesempurnaan Laporan Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, karena penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat pada waktunya. Dalam penulisan Laporan akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si, selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu penulisan laporan akhir ini.
6. Bapak Dr. Paisal, S.E., M.Si, selaku Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu penulisan laporan akhir ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
8. Ayah dan Ibu yang telah memberikan penulis semangat serta dukungan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6NE Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
10. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan laporan ini.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang,

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya). Jenis dan sumber data menggunakan data primer yaitu data yang didapatkan dari hasil kuesioner dan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari buku, jurnal dan lain-lain. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menggunakan TikTok dan Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan TikTok dan Shopee sebanyak 135 mahasiswa dan sampelnya sebanyak 75 mahasiswa dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisa uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas, uji hipotesis yaitu uji t dan uji f, serta uji koefisien determinasi, dan uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa review produk pada TikTok berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya, konten marketing pada TikTok berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya, review produk dan konten marketing berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee oleh Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya.

Kata Kunci: *Review Produk, Konten Marketing, Keputusan Pembelian*

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the effect of product reviews and marketing content on TikTok on purchasing decisions at Shopee (Case Study of DIII Students, English Department, Sriwijaya State Polytechnic). Types and sources of data using primary data, namely data obtained from the results of questionnaires and secondary data, namely data obtained from books, journals and others. Data was collected by distributing questionnaires to respondents using TikTok and Shopee. This research uses quantitative methods. The population in this study were DIII students of the English Department of the Sriwijaya State Polytechnic who used TikTok and Shopee as many as 135 students and the sample was 75 students using simple random sampling technique. normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, hypothesis testing, namely t test and f test, as well as the coefficient of determination test, and multiple linear regression test using SPSS version 25. The results showed that product reviews on TikTok had a significant effect on purchasing decisions at Shopee. by DIII students of English Department of Sriwijaya State Polytechnic, marketing content on TikTok has a significant effect on purchasing decisions at Shopee by DIII students of English Department of Sriwijaya State Polytechnic, product reviews and marketing content have a significant effect on purchasing decisions at Shopee by DIII students of the English Department of the Sriwijaya State Polytechnic.

Keywords: *Product Reviews, Content Marketing, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian	9
1.5 Metodologi Penelitian	9
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	10
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	10

1.5.4 Populasi dan Sampel	11
1.5.5 Operasional Variabel	12
1.5.6 Kerangka Pemikiran	14
1.5.7 Hipotesis	14
1.5.8 Analisa Data	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Pemasaran	21
2.1.1 Pengertian Pemasaran	21
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	22
2.2 Review Produk	22
2.2.1 Pengertian Review Produk	22
2.2.2 Indikator Review Produk	23
2.3 Konten Marketing	23
2.3.1 Pengertian Konten Marketing	23
2.3.2 Dimensi Konten Marketing	24
2.4 Keputusan Pembelian	25
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.4.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian	26
2.5 Penelitian Terdahulu	27
BAB III PROFIL PERUSAHAAN	29
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	29
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	30
3.2.1 Visi Perusahaan	30
3.2.2 Misi Perusahaan	30
3.3 Logo Perusahaan	31
3.4 Nilai-Nilai Perusahaan	31
3.5 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia	32
3.6 Tugas Divisi PT Shopee International Indonesia	33
3.7 Profil Responden	34
3.8 Penilaian Responden	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Uji Instrumen	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas	46
4.2 Uji Asumsi Klasik	47
4.2.1 Uji Normalitas	47
4.2.2 Uji Multikolinearitas	48
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.3 Koefisien Determinasi	49
4.4 Regresi Linier Berganda	50
4.5 Uji Hipotesis	51
4.5.1 Uji t	51
4.5.2 Uji f	53
4.6 Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa DIII Jurusan Bahasa Inggris	11
Tabel 1.2 Operasional Variabel	13
Tabel 1.3 Ukuran Alternatif Pernyataan Kuesioner	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Semester	34
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 3.4 Penilaian Responden Variabel Review Produk (X_1)	36
Tabel 3.5 Penilaian Responden Variabel Konten Marketing (X_2)	38
Tabel 3.6 Penilaian Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Review Produk (X_1)	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Marketing (X_2)	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.8 Hasil Uji T	52
Tabel 4.9 Hasil Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>E-Commerce Top Of Mind</i>	1
Gambar 1.2 Link Shopee Pada Bio <i>Creator</i>	3
Gambar 1.3 Konten <i>Review</i> Produk.....	4
Gambar 1.4 Konten <i>Marketing</i>	4
Gambar 1.5 Diagram Pengguna TikTok	5
Gambar 1.6 Diagram <i>Review</i> Produk	6
Gambar 1.7 Diagram Konten <i>Marketing</i>	6
Gambar 1.8 Diagram Menggunakan Shopee	7
Gambar 1.9 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	31
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia	33
Gambar 4.1 Grafik Histogram	48
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Lembar Disposisi
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 6 Hasil Prasurevei Mahasiswa/i Bahasa Inggris
- Lampiran 7 Kuesioner
- Lampiran 8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 9 Hasil Olah Data SPSS 25
- Lampiran 10 R Tabel
- Lampiran 11 T Tabel
- Lampiran 12 F Tabel
- Lampiran 13 Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir/Skripsi