

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TIKTOK SHOP  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS ISLAM IAIN KENDARI**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah

**OLEH :**

**ETRY HERMAN**  
**NIM : 19050102065**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KENDARI  
2023**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM (IAIN) NEGERI KENDARI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kendari Telp.(0401)3192081 Fax.3193710  
Email: Febi iain@yahoo.co.id - Website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari” Yang ditulis oleh Etry Herman NIM 19050102065, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya mengikuti ujian Skripsi.

Kendari, 13 November 2023

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI**  
**NIP.196310292000031001**

**Agus Prio Utomo SE, M.Si**  
**NIP. 20160101030**

024, 19.08



Dokumen Pengesahan Ujian Skripsi An. ETRY HERMAN (19050102065)  
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI**  
**EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara  
 Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710  
 email : iaikendari@yahoo.co.id website : http://iaikendari.ac.id

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan Pembelian Melalui TikTok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari" yang ditulis oleh ETRY HERMAN NIM. 19050102065 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada hari Kamis tanggal 23 November 2023 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

### Dewan Penguji Skripsi

Ketua : Dr. H. Rusdin Muhalling M.El

Sekretaris : Agus Prio Utomo SE, M.Si

Anggota1 : Kiki Novita Sari ME

Anggota2 : Dr. Muhammad Hadi, M.H.I.

Kendari, 11 Februari 2024

Dekan

Dr. Muhammad Hadi, M.H.I.  
 NIP. 197508152009011011

Visi Program Studi Perbankan Syariah (PBS) :

**"Menjadi program studi unggul dalam pengembangan ilmu perbankan syariah yang transdisipliner"**

**HALAMAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari” melalui bimbingan Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Agus Prio Utomo SE, M.SI. yang telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan yang sebesar-besarnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak ada karya yang sudah diajukan sebelumnya untuk mendapatkan sertifikasi empat tahun di perguruan tinggi. Semua sumber referensi yang digunakan dalam skripsi ini telah di referensikan dalam daftar pustaka. Dengan penuh perhatian, skripsi ini saya kerjakan dan selesaikan sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa skripsi ini adalah salinan pemalsuan. peniru yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau tingkat tertentu, maka skripsi dan judul yang diperoleh selanjutnya menjadi tidak sah dan batal.

Kendari, 20 November 2023

Penulis

Etry Herman

NIM. 19050102065

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Etry Herman  
Nim : 19050102065  
Prodi Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**"Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari".**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Kendari, 20 November 2023

Penulis



Etry Herman

NIM. 19050102065



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin dan kepada-Nya kami memohon bantuan atas segala urusan duniawi dan agama, Sholawat dan salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, Serta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Penulisan hasil penelitian yang berjudul **“Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian melalui tiktok shop pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kendari”** ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) program studi perbankan syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam, institut agama islam negeri (IAIN) Kendari.

Dalam penyusunan laporan ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan laporan ini dapat terealisasikan. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang terkait, Yakni:

1. Orang Tua saya, Bapak Herman dan Ibu Hariati, yang telah memberikan do'a restu, kasih sayang, kesabaran, semangat dukungan, motivasi, dan juga kesempatan untuk dapat menimba ilmu.

2. Prof. Dr. Husain Insawan, M.Ag selaku Rektor IAIN Kendari, atas segala bantuan proses akademik selama menempuh Studi.
3. Dr. Muhammad Hadi M.HI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan.
4. Kepada Alwahidin, S.Si, M.Sc. dan Jafarudin S.Pd., M.Pd. Selaku Ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
5. Kepada Bapak Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Bapak Agus Prio Utomo SE, M.SI. Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan penuh ketekunan memberikan bimbingan dan sumbangsih pemikiran kepada peneliti.
6. Kepada Ibu Kiki Novita Sari ME dan Dr. Muhammad Hadi M.HI sebagai dosen pemimbing I dan II yang telah memberikan banyak informasi, masukan, dan ide yang membangun kepada penulis.
7. Para Dosen, dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, wawasan dan segala bentuk fasilitas.
8. Kepada Kakak dan Adik saya, Elsy Herman, Esty Herman dan Eldo Pebrianto yang telah memberikan do'a, dan dukungan, hingga terselesaikannya hasil penelitian ini.
9. Teruntuk Arif Julianto yang selalu memberikan semangat dan support dengan kebahagiaan sederhana, terimakasih selalu menemani.

10. Kepada Teman-teman seperjuangan Alfiya Resma Ridwan, Walda Husnia, Nova Adelia, Risna Yulianti, Susilawati dan In Sulistiawati.
11. Teman-teman Perbankan Syariah Kelas B angkatan 2019 dan teman-teman KKN diposko 112 atas kebersamaannya selama ini dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
12. Terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti khususnya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan analisis dan gagasan yang bermanfaat dari berbagai pihak, karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Semoga bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi diri sendiri. Aamiin.

Kendari, 12 Desember 2023

Penulis



**Etry Herman**

**NIM. 19050102065**



**ABSTRAK**

**ETRY HERMAN. NIM 19050102065. “Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari”. Melalui bimbingan : Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Agus Prio Utomo SE, M.SI.**

---

---

Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 143,26 juta jiwa dengan prediksi yang terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin baik. Teknologi informasi bukan hanya dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi saja, melainkan dapat digunakan sebagai media bisnis seperti jual beli. Hal ini mendorong munculnya berbagai e-commerce di Indonesia salah satunya adalah Tiktok Shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tiktok Shop. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kendari angkatan 2019-2021, dengan sampel sebanyak 93 responden yang diambil menggunakan metode *porpositive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan *multiplicative response model* atau regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan bantuan alat analisis data statistika program SPSS 2.6. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel promosi dan kemudahan sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan hasil penelitian menunjukkan variabel promosi dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tiktok Shop.

**Kata kunci : Promosi, Kemudahan, Keputusan Pembelian.**

**ABSTRACT**

**ETRY HERMAN. NIM 19050102065. “The Influence of Promotion and Convenience on Purchasing Decisions via Tiktok Shop for Students at the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Kendari.”. Through guidance: Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI and Agus Prio Utomo SE, M.SI.**

---

---

*Internet users in Indonesia in 2019 reached 143.26 million people with a prediction that continues to increase along with the development of better technology. Information technology can only be used as a communication tool, but can also be used as a business medium such as buying and selling. This has triggered the emergence of various e-commerce in Indonesia, one of which is Tiktok Shop. This study aims to determine the effect of promotions and ease of purchasing decisions on the Tiktok Shop e-commerce. The population in this study were all students of faculty of islamic economics and business IAIN Kendari class of 2019-2021, with a sample of 93 respondents taken using the porposive sampling method. The research method used is quantitative method with data analysis techniques used multiplicative response model or multiple linear regression. In this study using the statistical data analysis tool SPSS 2.5 program. The variables used in this study are promotion and convenience as independent variables, and buying decision as the dependent variable. The results of this study indicate that partially the promotion variable has a significant effect on buying decision and the convenience variable has a significant effect on buying decision. Meanwhile, simultaneously the results of the study show that the variables promotion and convenience have a positive and significant effect on buying decision in the Tiktok Shop e-commerce.*

**Keywords: Promotion, Convenience, Buying Decision.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Definisi Operasional.....	12
1.7. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	15
2.2. Landasan Teori.....	18

2.2.1. Promosi.....	18
2.2.2. Kemudahan.....	21
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	24
2.2.4. Pengertian Tiktok Shop.....	26
2.2.5. Pengertian Prilaku Konsumen.....	27
2.3. Kerangka Pikir.....	28
2.4. Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	33
3.3. Populasi Dan Sampel .....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5. Instrumen Penelitian.....	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1. Uji Instrumen.....	37
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	38
3.6.3. Analisis Linear Berganda .....	40
3.6.4. Uji Hipotesis.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Penelitian .....	43
4.2. Deskripsi Data Responden .....	43
4.3. Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	46
4.3.1. Variabel Promosi (X1) .....	47
4.3.2. Variabel Kemudahan (X2) .....	50

4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.4. Pengujian Dan Hasil Analisis Data .....	58
4.4.1. Uji Instrumen.....	58
4.4.2. Uji Asumsi Klasik .....	60
4.4.3. Uji Ketetapan Model .....	65
4.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
4.4.5. Uji Hipotesis (uji t).....	69
4.5. Pembahasan Analisis Data .....	70
4.5.1. Pengaruh Promosi Terhadap keputusan pembelian.....	70
4.5.2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.5.3. Pengaruh secara simultan variabel promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Keterbatasan penelitian .....	75
5.3. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir ..... 29



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Data Tingkatan Penggunaan E-Commerce Media Sosial .....	4
Tabel 3.1. Alternatif Jawaban Kusioner .....	36
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Umur .....	45
Tabel 4.3. Karakteristik Berdasarkan Mahasiswa Angkatan.....	46
Tabel 4.4. Berdasarkan Hasil Rata-Rata Jawaban Kusioner .....	47
Tabel 4.5. Hasil Statistika Deskriptif Variabel Promosi .....	48
Tabel 4.6. Hasil Statistika Deskriptif Variabel Kemudahan .....	51
Tabel 4.7. Hasil Statistika Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedasitas .....	64
Tabel 4.13. Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Berganda.....	68
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis .....	69