

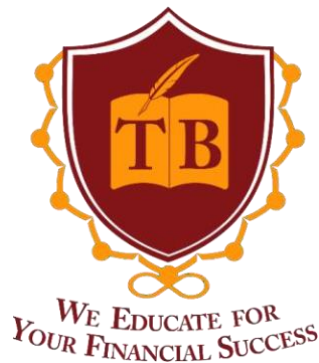
**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THE ORIGINOTE*
(STUDI KASUS PADA *TIKTOK LIVE*)**

(KOTA BEKASI)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

Nabila Ayu Melasari

202511014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI**

BEKASI

2024

LEMBAR PERESEITUJUAN SKRIPSI

Nama : NABILA AYU MELASARI
Nomor Induk Mahasiswa : 202511014
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
THE ORIGINOTE (STUDI KASUS TIKTOK LIVE)"

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Proram Studi Strata Satu Manajemen.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr.Sofia Maulida. SE.,MM.)
NIDN : 0309027801

Dosen Pembimbing



(Dr.Eddy Setyanto,S.Sos.,M.Si)
NIDN:0325107402

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE (STUDI KASUS
TIKTOK LIVE)”**

OLEH

**NABILA AYU MELASARI
202511014**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 22 Juli 2024



**Ketua Tim Penguji
(Drs. Tigor Hutapea ME.)
NIDN:03270962203**



**(Irvan FC oentoeng SE.,MM)
NIDN:041118204
Anggota Tim Penguji 1**



**(Dr.Eddy Setyanto,S.Sos.,M.Si)
NIDN:0325107402
Anggota Tim Penguji 2**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI
S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 22 Juli 2024

Yang membuat pernyataan
Materai



Nabila Ayu Melasari

NIM : 202511014

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabila Ayu Melasari
NIM : 202511014
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE (STUDI KASUS TIKTOK LIVE)”** beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 22 Juli 2024

Pernyataan



Nabila Ayu Melasari
NIM :202511014

HALAMAN HASIL PLAGIARISME



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

20%



Overall Similarity

Date: Jun 22, 2024
Matches: 3066 / 15291 words
Sources: 149

Remarks: High similarity detected, please make the necessary changes to improve the writing.

Verify Report:
Scan this QR Code



HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto : “Setiap orang punya cara proses yang berbeda-beda, orang lain ga akan faham *stuggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri&orang tua walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

Kupersembahkan untuk : Mamah & Bapa yang selalu mengajarkan dari segi kesabaran ataupun materi, serta abang saya sebagai bentuk semangat dan Muhammad Fardiansyah Rachman sebagai sosok lelaki yang selalu menyemangati dan diharapkan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *The originate* (Studi kasus pada *Tiktok Live*). Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan aplikasi pengolah data *IBM SPSS Statistics 26*. Populasi ini adalah pengguna aplikasi *Tiktok* dan pernah melakukan pembelian Produk *The Originote* di Kota Bekasi dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penentuan jumlah sampel menggunakan metode Hair dalam jurnal (Fatma2021). Untuk pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan menggunakan kriteria responden yaitu : merupakan pengguna aplikasi *Tiktok*, pernah melakukan pembelian Produk *The Originote* menggunakan fitur *Tiktok Live* / pernah melakukan pembelian produk *The Originote* pada aplikasi *Tiktok*, berdomisili di Kota Bekasi. Hasil penelitian terdapat pengaruh dan signifikan dengan hasil uji t pada variabel X1 kepercayaan memiliki nilai t hitung sebesar $6.453 > t$ tabel 1,984, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada variabel X2 Potongan Harga memiliki t hitung sebesar $4,826 > t$ tabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Serta pada uji koefisien determinasi (R^2) hasil nilai pada R square sebesar 0,575 atau 57,5% yang memiliki arti bahwa variabel independent yang digunakan pada penelitian ini yaitu kepercayaan dan potongan harga dapat menjelaskan variabel dependent keputusan pembelian sebesar 57,5%.

Kata Kunci:Kepercayaan,Potongan Harga,Keputusan Pembelian,Produk *The Originote*,*Tiktok Live*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of trust and discounts on purchase decisions on The originate products (Case study on Tiktok Live). This study uses a quantitative research design with the IBM SPSS Statistics 26 data processing application. This population is a user of the Tiktok application and has purchased The Originote Product in Bekasi City with a sample of 100 respondents. Determination of the number of samples using the Hair method in the journal (Fatma2021). For sampling using purposive sampling using the respondent criteria, namely: being a user of the Tiktok application, having purchased The Originote Product using the Tiktok Live feature / having purchased The Originote product on the Tiktok application, domiciled in Bekasi City. The results of the study have an influence and significance with the influence of the t-test on the X1 variable of confidence has a calculated nili t of 6,453 > t table 1,984, and a significance value of 0.000 < 0.05. And in the determination coefficient test (R2), the value on R square is 0.575 or 57.5%, which means that the independent variables used in this study, namely trust and discount, can explain the dependent variables of purchase decisions as much as 57.5%.

Keywords : *Trust, Discounts, Purchase Decisions, The Originote Products, Tiktok Live.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kepercayaan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *The Originote* (Studi Kasus Tiktok Live)”

Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonom Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Eddy Setyanto,S.Sos.,M.Si, selaku wakil ketua STIE Tri Bhakti dan dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr.Ssafia Maulida, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Bapak dan Ibu tercinta, Terimakasih atas pengorbanan cinta dan kasih sayang yang telah diberikan sepanjang hidupku.
4. Segenap Bapak/Ibu dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu Namanya, yang telah membimbing penulis selama menempuh Pendidikan di STIE Tri Bhakti.
5. Untuk Muhammad Fardiansyah Rachman terimakasih atas support yang telah diberikan selama penulis ini, Yang selalu mengirimkan surat-surat yang begitu manis nya saat dibaca.
6. Teruntuk sahabat ku Fadilah yang tidak ada kepanjangannya, terimakasih sudah menjadi sahabat terbaiku selama di perkuliahan ini, yang awal semester begitu manis perkenalannya namun makin kesini begitu pahit percakapannya, semoga persahabatan kita sampai akhir hayat.
7. Untuk teman-teman ku tercinta, Depita,Nia,Triyana,Nova dan teman lainnya angkatan manajemen 2020. Terimakasih karena kita semua telah berjuang bersama sama.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya. Dan menjadi bahan referensi dalam dunia Pendidikan

Bekasi, 22 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nabila Ayu Melasari', is centered on the page. The signature is written in a cursive style.

Nabila Ayu Melasari
202511014

DAFTAR ISI

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK <i>THE ORIGINOTE</i>	i
(STUDI KASUS PADA <i>TIKTOK LIVE</i>).....	i
LEMBAR PERESETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN HASIL PLAGIARISME.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DaAFTAR GAMBAE	1
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	10
LANDASAN THEORY	10
2.1 Grand Theory	10
2.1.1 Marketing Management	10
2.1.1.1 Teori dan Konsep Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Fungsi Manajemen pemasaran.....	12
2.1.1.3 Tujuan Manajemen pemasaran	13

2.1.1.4 Manajemen Organisasi.....	15
2.1.2 Pemasaran Digital	15
2.1.3 E-commerce	16
2.1.4 Kepuasan konsumen	18
2.1.5 Live Streaming	19
2.2 Midle Theory.....	20
2.2.1 Kepercayaan.....	20
2.2.1.1 Dimensi Kepercayaan.....	21
2.2.2 Potongan Harga.....	22
2.2.2.1 Dimensi Potongan Harga	24
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	24
2.2.3.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Riset Terdahulu	27
2.4 Kerangka penelitian	31
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.1.1 Tujuan Penelitian	33
3.1.2 Metode Penelitian	33
3.1.3 Strategi Penelitian	34
3.1.4 Unit Analisi	34
3.1.5 Latar Penelitian	34
3.1.6 Waktu Pelaksanaan	35
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran.....	35
3.2.1 Keputusan Pembelian.....	36
3.2.2 Kepercayaan.....	38
3.2.3 Potongan Harga.....	39
3.3 Populasi Dan Sempel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sempel.....	40
3.3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.4 Sumber Data.....	41
3.4.1 Data Primer	41

3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Uji Intrumen Penelitian	43
3.6.1.1	Uji Validitas	43
3.6.1.2	Uji Reabilitas	44
3.6.2	Uji asumsi klasik	44
3.6.2.1	Uji Normalitas	44
3.6.2.2	Uji Linieritas	44
3.6.2.3	Uji Autokorelasi.....	45
3.6.2.4	Uji Multikonlinieritas	45
3.6.2.5	Uji Heteroskedastisitas	45
3.6.3	Analisis Regresi Berganda	46
3.6.4	Uji Kelayakan Hipotesis	47
3.6.4.5	Uji Parsial (Uji T)	47
3.6.4.6	Uji Simultan (Uji F).....	47
3.6.4.7	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	48
BAB IV	49
HASIL & PEMBAHASAN PENELITIAN	49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Deksripsi data objek penelitian	50
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	UJi Instrumen Peneltian	52
4.2.1.1	Uji Validitas	52
4.2.1.1.1	Uji Validitas variabel Kepercayaan	52
4.2.1.1.2	Uji Validitas Potongan Harga	53
4.2.1.1.3	Uji Validitas Keputusan Pembelian	53
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	54
4.2.1.2.1	Uji Realibilitas Kepercayaan	54
4.2.1.2.2	Uji Reabilitas Potongan Harga	55
4.2.1.2.3	Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	55
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.2.1	Uji Normalitas Data	56
4.2.2.2	Uji Lineritas	57

4.2.2.3	Uji Multikolinearitas.....	58
4.2.2.4	Uji Heterokedastisitas.....	59
4.2.2.5	Uji Autokorelasi.....	60
4.2.3	Analisis Regresi Berganda.....	61
4.2.4	Uji kelayakan hipotesis.....	62
4.2.4.1	Uji T.....	62
4.2.4.2	Uji F.....	63
4.2.4.3	Uji Determinasi.....	64
4.3	Pembahasan.....	64
4.3.1	Pembahasan Hasil Quesioner.....	64
4.4	Pembahasan hasil penelitian.....	69
4.4.1	Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	69
4.4.2	Pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian.....	70
BAB 5	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1	Kesimpulan.....	71
4.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 pengukuran variabel keputusan pembelian (Y)	37
Tabel 3. 2 pengukuran variabel kepercayaan (X1)	38
Tabel 3. 3 pengukuran variabel potongan harga (X2).....	39
Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4. 5 Uji Validitas Kepercayaan	52
Tabel 4. 6 Uji Validitas Potongan Harga	53
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 8 Reabilitas Kepercayaan.....	54
Tabel 4. 9 Reabilitas Potongan Harga.....	55
Tabel 4. 10 Reabilitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	56
Tabel 4. 12 Uji Linearitas	57
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas	59
Tabel 4. 15 Uji Autokorelasi	60
Tabel 4. 16 Uji Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4. 17 Uji T	62
Tabel 4. 18 Uji F	63
Tabel 4. 19 Uji Determinasi	64
Tabel 4. 20 Dekripsi Variabel Kepercayaan.....	65
Tabel 4. 21 Dekripsi Variabel Potongan Harga.....	66
Tabel 4. 22 Dekripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk FMCG Yang Paling Banyak Dibeli	3
Gambar 1. 2 10 Negara Dengan Jumlah Pengguna Tiktok 2023	4
Gambar 1. 3 10 Provinsi dengan jumlah usaha E-Commerce (2022)	4
Gambar 1. 4 10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia (2022)	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	35