



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN *PRICE
DISCOUNT* PADA APLIKASI TIKTOK
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK TAS
JIMS HONEY SURABAYA**

LAILIL RAHAYU
191500130

Dosen Pembimbing
Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN *PRICE DISCOUNT* PADA
APLIKASI TIKTOK TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK TAS JIMS HONEY SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

LAILIL RAHAYU

191500130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing*,
Electronic Word Of Mouth, dan *Price Discount* Pada aplikasi TikTok
terhadap *Impulse Buying* Produk Tas
Jims Honey Surabaya

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Lailil Rahayu
- b. NIM : 191500130
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan layak
untuk diuji:

Tanggal : 11 Mei 2023

Dosen Pembimbing



Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M.
NIP: 19580801982032001


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing*,
Electronic Word Of Mouth, dan *Price*
Discount Pada Aplikasi TikTok
Terhadap *Impulse Buying* Produk
Tas Jims Honey Surabaya


Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Lailil Rahayu
- b. Nim : 191500130
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat Email : lailil.rahayu20@gmail.com

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi

* UNIVERSITAS PGRI
PRODI MANAJEMEN
MADE BAGUS DWIARTA, S.E., M.M.
NIP. : 1109698/DY

Dosen Pembimbing



Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., M.M
NIP: 19580801982032001

Menyetujui,
Dekan

* UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TONY SUSILO WIBOWO, SE., M.PD., MSM
NIP. : 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Laili Rahayu
NIM : 191500130
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing, Electronic Word Of Mouth*, dan *Price Discount* Pada Aplikasi TikTok Terhadap *Impulse Buying* Produk Tas Jims Honey Surabaya
Hari : Jum'at
Tanggal : 26 Mei
Tahun : 2023

Penguji I



Tony Susilo Wibowo, SE., M.PD., MSM
NPP. 0709494/DY

Penguji II



Bisma Arianto, S.E., M.M
NPP. 1302663/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailil Rahayu
NIM : 191500130
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing*, *Electronic Word Of Mouth*, dan *Price Discount* Pada Aplikasi TikTok Terhadap *Impulse Buying* Produk Tas Jims Honey Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022-2023 bersifat original atau asli.

Bilamana dikemudian hari ditemukan keidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku..

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 1 Juni 2023



02C82ARX571854302

Lailil Rahayu

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ucap syukur penulis yang telah menyelesaikan Skripsi ini dari awal hingga akhir. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang memberi nikmat kehidupan, kecerdasan, kesehatan, rizki, dan atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua Orang Tua saya yang bernama Bapak Tikno dan Ibu Senimah yang tiada hentinya memberikan kasih sayang kepada penulis, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta doa tiada henti untuk menggapai cita-cita serta impian penulis, yang telah berkorban dan berjuang untuk membiayai kuliah penulis dari awal hingga mendapat gelar Sarjana.
3. Kakak kandung saya yang bernama Debi Agus Tian yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan kepada penulis.
4. Noval Dwi Permana, terima kasih telah menemani dalam proses pembuatan Skripsi, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti dan selalu memberi dukungan serta memotivasi untuk terus maju dan tidak mudah menyerah.
5. Denna, Fiky, Maya, Kiki dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu, terima kasih telah menemani, memberi dukungan, memberi saran serta masukan dalam pengerjaan Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Content Marketing, Electronic Word Of Mouth*, dan *Price Discount* pada Aplikasi TikTok terhadap *Impulse Buying* Produk Tas Jims Honey Surabaya”.

Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Ibu Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
6. Kak Ellyza selaku owner Jims Honey Surabaya yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian
7. Kedua Orang Tua beserta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini
8. Teman - teman seperjuangan khususnya kelas Manajemen E 2019 yang turut memberikan motivasi dan dukungan dalam pengerjaan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini.

Surabaya, 20 Februari 2023

Penulis

MOTTO

“Tidak selamanya harus berlari kencang, cukup berjalan asalkan sampai tujuan. Jangan terpaku pada pencapaian orang, karena letak keberhasilan kita yang ditentukan”

-Penulis-

“Menyerah hanyalah untuk orang yang kalah”

-Unknown-

“Everybody is genius. But if you judge a fish its ability to climb a tree, it will live its whole life believing that it is stupid”

-Albert Einstein”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II <u>T</u> ELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Manajemen pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	18

2.2.3	Pemasaran Digital.....	18
2.2.4	<i>Content Marketing</i>	19
2.2.5	<i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	24
2.2.6	<i>Price Discount</i>	30
2.2.7	<i>Impulse Buying</i>	32
2.3	Kerangka Konseptual.....	34
2.4.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	37
2.4.2	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	38
2.4.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	38
2.4.4	Pengaruh <i>Content Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> ...	39
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Rancangan Penelitian.....	41
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.1	Populasi.....	43
3.2.2	Sampel	43
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3.1	Jenis Data.....	44
3.3.2	Sumber Data.....	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Alat Pengumpulan Data.....	46
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.5.1	Variabel Penelitian.....	48

3.5.2	Definisi Operasional Variabel	49
3.6	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1	Uji Instrumen	52
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	53
3.6.3	Analisis Uji Linear Berganda.....	56
3.6.4	Koefisien Determinan R^2	56
3.6.5	Uji Hipotesis.....	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1	Gambaran Umum tempat Penelitian.....	61
4.1.1	Sejarah Jims Honey Surabaya.....	61
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	62
4.2.1	Karakteristik Responden.....	63
4.2.2	Distribusi Frekuensi.....	67
4.2.3	Tabulasi Data Variabel X dan Y.....	75
4.3	Analisis Data Penelitian	79
4.3.1	Analisis Data.....	79
4.3.2	Hasil Pengujian Instrumen	79
4.3.3	Hasil Uji Asumsi Klasik Hasil	83
4.3.4	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.3.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	89
4.3.6	Pengujian Hipotesis.....	91
4.4	Pembahasan.....	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA 101