

**Pengaruh Terpaan Konten *Live* Tiktok @Skintific_Id Terhadap
Keputusan Pembelian *Followers* Tiktok @Skintific_Id**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Fazya Radita Bayu Putri

NRP. 1423020108

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASII
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *LIVE* TIKTOK
@SKINTIFIC_ID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
FOLLOWERS TIKTOK @SKINTIFIC_ID**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh :

Fazya Radita Bayu Putri

NRP. 1423020108

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASII
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya :

Nama : Fazy Radita Bayu Putri

NRP : 1423020108

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Terpaan Konten *Live* Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian Followers Tiktok @Skintific_Id”

adalah benar – benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala bentuk kutipan yang merupakan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumber – sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 31 Mei 2024

Penulis,



Fazy Radita Bayu Putri

NRP. 1423020108

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

**Pengaruh Terpaan Konten Live Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan
Pembelian Followers Tiktok @Skintific_Id**

Oleh :

Fazya Radita Bayu Putri

NRP. 1423020108

Penulisan skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi untuk diajukan ke tim penguji sidang skripsi.

Pembimbing I : Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

Pembimbing II: Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



Surabaya, 31 Mei 2024

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada :

Jumat, 17 Mei 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,


BRIGITA REVIA SANDI FISTA, S.I.Kom., M.Med.F
NIDN.0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 719078401




2. Sekretaris : Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602



3. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kor

NIDN. 0725058704



4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Fazy Radita Bayu Putri

NRP : 1423020108

Menyetujui penulisan skripsi atau karya ilmiah saya

Judul : **“Pengaruh Terpaan Konten *Live* Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Tiktok @Skintific_Id”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet maupun media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



Fazy Radita Bayu Putri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Setiap individu memiliki perjalanan unik menuju kesuksesan, dengan kegagalan sebagai bagian tak terpisahkan yang mendorong untuk terus belajar dan berkembang. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah Swt, Bunda, Keluarga, Dosen Pembimbing, Pendamping hidup saya, dan Teman Seperjuangan yang telah memberikan dukungan serta inspirasi selama proses penulisan proposal ini.

Saat melangkah menuju pintu keberhasilan, kita akan dihadapkan pada banyak kegagalan, rintangan, dan hambatan yang menjadi ladang pengetahuan dan pengalaman. Ini adalah bagian yang tak terpisahkan dari proses pengembangan diri. Saya sadar bahwa setiap perjalanan membutuhkan pengorbanan, termasuk dalam penulisan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten *Live* Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Tiktok @Skintific_Id”. Proposal ini menjadi bukti perjuangan saya untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 31 Mei 2024

Fazya Radita Bayu Putri

NRP. 1423020108

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa (Allah Swt) atas kasih, karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama mengerjakan proposal skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seseorang :

1. Orang tua penulis, terutama untuk Bunda yang selalu memberikan semangat, selalu mendukung, kritik, dan doa untuk penulis. Sejak dari awal penulis menimba ilmu di bangku kuliah hingga tiba waktunya penulis menyusun proposal ini. Serta adik saya M.Bintang Ramadhan Mahendra B.P.
2. Ibu Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan tenaga, waktu, dan pikirannya untuk membimbing serta mendampingi penulis dengan baik.
3. Yudha Adriansa, seseorang pendamping hidup saya yang tak kalah penting kehadirannya telah memberikan waktu, dukungan, hiburan, finansial, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis hingga saat ini.
4. Ayah Yusak, Ibu Indri, Mbak Early, dan Yardan yang selalu menghibur serta mendukung saya hingga proposal ini dapat selesai
5. Nurul Afni Rarasati, Adellia Armadani, Vanya Alif, Salsabila Acha yang selalu membantu penulis sehingga penyusunan proposal ini selesai, selalu bersedia

bertukar pendapat, serta saling melengkapi.

6. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lainnya yang selalu mendukung penulis sehingga proposal ini dapat terselesaikan.

Surabaya, 31 Mei 2024

Fazya Radita Bayu Putri

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	16
I.3 Tujuan Penelitian.....	16
I.4 Batasan Masalah	16
I.5. Manfaat Penelitian.....	16
I.5.1 Manfaat Akademis	16
I.5.2 Manfaat Teoritis	17
I.5.3 Manfaat Praktis.....	17

BAB II	18
II.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	18
11.2 Kerangka Teori.....	24
II.2.1 Terpaan Konten	25
II.2.2 Iklan	26
II.2.3 Komunikasi Massa	27
II.2.4 Perilaku Konsumen	29
II.2.5 Keputusan Pembelian.....	32
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	34
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	36
II.5 Hipotesis	37
BAB III.....	38
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
III.2 Metode Penelitian	38
III.3 Identifikasi Variabel	39
III.4 Definisi Konseptual.....	39
III.5 Definisi Operasional	40
III.6 Populasi Dan Sampel.....	41
III.6.1 Populasi.....	41
III.6.2 Sampel.....	42

III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	43
III.8 Teknik Pengumpulan Data	44
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	44
III.9.1. Uji Validitas	44
III.9.2 Uji Reliabelitas	45
III.9.3 Uji Normalitas	46
III.9.4 Uji Linieritas.....	46
III.10 Teknik Analisis Data	47
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
IV.1 Gambaran Subyek Penelitian	48
IV.1.1 Followers Tiktok @Skintific_Id.....	48
IV.1.2 Akun Tiktok @Skintific_Id.....	49
IV.3 Hasil Penelitian.....	50
IV.3.1 Temuan Data.....	50
IV.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
IV.3.3 Uji validitas	51
IV.3.4 Hasil Penelitian.....	53
IV.3.5 Temuan Data.....	53
IV.3.6 Usia	54

IV.3.7 Jenis Kelamin.....	55
IV.3.8 Atensi.....	55
IV.3.9 Durasi	56
IV.3.10 Frekuensi.....	58
IV.3.11 Deskripsi Responden dari variable Y (AIDA).....	59
IV.3.12 Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Konten	61
IV.3.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	62
IV.3.14 Uji Normalitas.....	63
IV.3.15 Uji Linearitas	64
IV.3.15 Analisis Korelasi	64
IV.3.16 Analisis Regresi Linier Sederhana	65
IV.3.17 Uji Signifikansi	66
IV.3.18 Tabulasi Silang	67
IV.3.19 Jenis Kelamin dengan Terpaan Konten.....	67
IV.3.20 Usia dengan Terpaan Konten.....	68
IV.3.21 Pekerjaan dengan Terpaan Konten.....	69
IV.3.22 Pengeluaran dengan Terpaan Konten.....	69
IV.3.23 Jenis Kelamin dengan Keputusan Pembelian	70
IV.3.24 Usia dengan Keputusan Pembelian	71
IV.3.25 Pekerjaan dengan Keputusan Pembelian	72

IV.3.26 Pengeluaran dengan Keputusan Pembelian	73
IV.3.27 Pembahasan Hasil Pengaruh Terpaan Konten Live Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian Followers Tiktok @Skintific_Id.	73
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN	76
V.1 Kesimpulan	76
V.2 Saran.....	77
V.2.1 Saran Akademis	77
V.2.2. Saran Praktis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	18
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Terpaan Konten	51
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	52
Tabel IV. 3	54
Tabel IV. 4	55
Tabel IV. 5 Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Atensi	55
Tabel IV. 6 Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Durasi	56
Tabel IV. 7 Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Frekuensi	58
Tabel IV. 8	59
Tabel IV. 9	61
Tabel IV. 10	62
Tabel IV. 11	63
Tabel IV. 12	64
Tabel IV. 13	64
Tabel IV. 14	65
Tabel IV. 15	66
Tabel IV. 16	67
Tabel IV. 17	67
Tabel IV. 18	68
Tabel IV. 19	69
Tabel IV. 20	69
Tabel IV. 21	70
Tabel IV. 22	71
Tabel IV. 23	72
Tabel IV. 24	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Skintific.....	5
Gambar 1.2 akun resmi Tiktok @Skintific.Id.....	5
Gambar 1.3 Diunggah dari akun resmi Tiktok @Skintific_Id.....	6
Gambar 1.4 Diunggah dari akun resmi Tiktok @Skintific_Id Error! Bookmark not defined.	
Gambar 1.5 Diunggah dari akun resmi Tiktok @Skintific_Id.....	8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Tabel Uji Validitas Variabel X (Terpaan Konten)	94
Lampiran 3 Tabel Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	94
Lampiran 4 Tabel Usia	95
Lampiran 5 Lampiran 5 Tabel Jenis Kelamin	95
Lampiran 6 Tabel Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Atensi.....	96
Lampiran 7 Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Durasi	96
Lampiran 8 Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Variabel X (Terpaan Konten) Frekuensi.....	96
Lampiran 9 Tabel Deskripsi Responden dari variable Y (AIDA).....	97
Lampiran 10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Konten.....	98
Lampiran 11 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	98
Lampiran 12 Tabel Uji Normalitas	99
Lampiran 13 Tabel Uji Linearitas.....	99
Lampiran 14 Tabel Analisis Korelasi.....	99
Lampiran 15 Tabel Analisis Regressi Linier Sederhana.....	100
Lampiran 16 Tabel Uji Signifikansi	100
Lampiran 17 Tabulasi Silang Terpaan Konten dengan Keputusan Pembelian	101
Lampiran 18 Tabel Jenis Kelamin dengan Terpaan Konten	101
Lampiran 19 Tabel Usia dengan Terpaan Konten	101
Lampiran 20 Tabel Pekerjaan dengan Terpaan Konten	102
Lampiran 21 Tabel Pengeluaran dengan Terpaan Konten	102
Lampiran 22 Tabel Jenis Kelamin dengan Keputusan Pembelian	103
Lampiran 23 Tabel Usia dengan Keputusan Pembelian	103
Lampiran 24 Tabel Pekerjaan dengan Keputusan Pembelian	104

ABSTRAK

Fazya Radita Bayu Putri NRP.1423020108 . Pengaruh Terpaan Konten *Live* Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Tiktok @Skintific_Id.

Pada bagian ini, peneliti akan meneliti pada tujuan utama ialah untuk menguji Terpaan Konten dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian . Terdapat Indikator pada Variabel X Terpaan Konten adalah Atensi, Durasi, Frekuensi. Dan terdapat Indikator pada variabel Y Keputusan Pembelian adalah AIDA (Attentions, Interest, Desire, Action).

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei dan kuesioner yang didistribusikan kepada *followers* tiktok @Skintific_Id. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh Terpaan Konten Live Tiktok @Skintific_Id Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Tiktok @Skintific_Id.

Kata Kunci : Pengaruh, Terpaan Konten, Keputusan Pembelian, Tiktok, Followers

ABSTRACT

Fazy Radita Bayu Putri NRP. 1423020108 . The Influence of Exposure to @Skintific_Id Tiktok Live Content on the Purchasing Decisions of @Skintific_Id Tiktok Followers.

In this section, researchers will examine the main objective, namely testing whether exposure to content can influence purchasing decisions. Indicator Variable X Content Exposure, namely Attention, Duration, Frequency. And in the Purchase Decision variable there is a Y indicator, namely AIDA (Attentions, Interest, Desire, Action).

This research method uses a quantitative approach using surveys and questionnaires distributed to TikTok @Skintific_Id followers. The research results show that there is an influence of exposure to Live Tiktok @Skintific_Id content on purchasing decisions of Tiktok @Skintific_Id followers.

Keywords : Influence, Content Exposure, Purchase Decisions, Tiktok, Followers.