

SKRIPSI
PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIK TOK SHOP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF FASHION MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS
LAMBUNG MANGKURAT



Muhamad Agil Fahri

2010415310005

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

2024

HALAMAN PENGESAHAN



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIK TOK SHOP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF FASHION MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS LAMBUNG
MANGKURAT

Disusun dan diajukan oleh:

MUHAMAD AGIL FAHRI
2010415310005

Dinyatakan lulus dengan nilai 82 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, pada tanggal: 23 Desember 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Siti Zulaikha S. Sos., M.Sos.
NIP. 199310162022032019

Penguji 1,

Dimas Asto Aji An'Amta S.Pd, M.A.
NIP. 198909132019031009

Penguji 2,

Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos., M.Si
NIP. 198209012006042001

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

Ketua Progam Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat



Drs. H. Setia Budi, M.Si. Ph.D.
NIP. 196501011990031008

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

Jl. Brigjen H. Hasan Basri Kayu Tangi Telp: (0511) 3304595
BANJARMASIN (70123)
Email: sosiologi@ulm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 23 bulan Desember tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6516 /UN8.1.13/KP.10.00/2024 Tanggal 19 Desember 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhamad Agil Fahri
NIM : 2010415310005
Jurusan/Program Studi : Sosiologi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Fashion Mahasiswi Fisip Universitas Lambung Mangkurat
Tempat Ujian : Ruang Baca Prodi Sosiologi
Waktu Ujian : 10.00 WITA - 11.30 WITA
Nilai : **82 (A)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

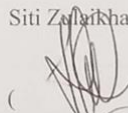
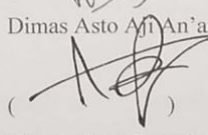
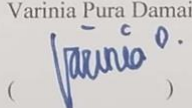
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 23 Desember 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhamad Agil Fahri
2010415310005

1. Ketua : Siti Zulikha, S.Sos., M.Sos.
()
2. Anggota : Dimas Asto Aji An'anta, S.Pd, M.A
()
3. Anggota : Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos., M.Si
()

Mengetahui/Membenarkan :
Koordinator Program Studi Sosiologi



Drs. H. Sana Budhi, M.Si, Ph.D.
NIP. 195501041990031008



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Agil Fahri
Nomor Induk Mahasiswa : 2010415310005
Program Studi : Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul,

**“PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIK TOK SHOP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF FASHION MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS
LAMBUNG MANGKURAT”**

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan yang mengaturnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, tanpa paksaan dan intimidasi dari pihak manapun.

Banjarmasin, 30 Desember 2024

Yang
menyatakan



Muhamad Agil Fahri
NIM. 2010415310005

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Allah Subhanahu wa taalla atas berkat dan hidayah Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi syarat penulis dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Sosiologi. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak akan sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang sudah mendukung dan memberikan bantuan berupa tenaga, pikiran serta Doa dalam proses penyusunan Skripsi yang telah dilakukan ini. Rasa hormat dan terima kasih yang sangat besar tidak lupa saya ucapkan kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat
- 2) Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- 3) Bapak Drs. H. Setia Budhi, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Sosiologi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 4) Ibu Dosen Siti Zulaikha, S.Sos., M.sos. Pembimbing Skripsi saya
- 5) Bapak Dimas Asto Aji An'anta S.Pd, M.A, selaku Dosen Penguji satu saya
- 6) Ibu Varinia Pura Damaiyanti S.Sos., M.Si, selaku Dosen Penguji kedua saya
- 7) Seluruh Dosen Pengajar dan staff Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
- 8) Keluarga penulis, tidak terkecuali Bapak, Mama, abang pertama saya Cahya

Nugroho, Abang kedua saya Bayu Setiawan dan lain-lain yang telah memberikan dukungan materiil dan moril selama masa hidup saya.

- 9) Faizi, Hendra, Aulia Rahman, Kadek, Andro mendampingi, memberikan bantuan dan tempat berkeluh kesah selama masa Perkuliahan
- 10) Responden Penelitian yang membantu penulis dalam proses pengolahan data penelitian skripsi.
- 11) Terima kasih juga kepada lagu Last Child, James Arthur, Westlife, Backstreet Boys, One Direction dan masih banyak lagi telah menemani hariku dikala mengerjakan skripsi.
- 12) Untuk diri sendiri, yang sudah mau berjuang, tak kenal Lelah dan pantang menyerah sampai bisa berada di titik sekarang.

Banjarmasin, 26 Desember 2024

Muhamad Agil Fahri

ABSTRAK

Muhamad Agil Fahri. 2024. Pengaruh penggunaan Fitur Tik Tok Shop terhadap perilaku konsumtif Fashion mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. (Dibimbing oleh Siti Zulaikha).

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dan maju telah memunculkan banyak layanan e-commerce, salah satunya Tik Tok Shop yang menjadi platform belanja online yang banyak digunakan dengan pengguna 125 juta pada tahun 2023. Munculnya persaingan *platform e-commerce* melahirkan gaya hidup dan perilaku konsumtif dalam belanja online.

Penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan Tik Tok Shop terhadap perilaku konsumtif fashion di kalangan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*), yang melibatkan 85 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji kualitas data dengan uji validitas kedua variabel diatas 0,177 dan Uji Reliabilitas dengan hasil diatas 0,6. Selanjutnya hasil uji asumi klasik dengan pengujian normalitas memiliki nilai diatas 0,5, uji autokorelasi dengan nilai diatas 1.671 yang artinya tidak terjadi autokorelasi, uji selanjutnya multikolienaritas dengan hasil 1.000, yang artinya tidak terjadi multikolienaritas dan uji heteroskedastisitas dengan nilai diatas 0,5, yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Selanjutnya, berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat telah lama menggunakan fitur Tik Tok Shop Shop dengan frekuensi cukup tinggi, yaitu lebih dari 3-6 kali dalam sehari. Data menunjukkan nilai uji normalitas signifikansi (*sig*) sebesar 0,991, yang lebih besar dari 0,05, sehingga data penelitian terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, hasil uji t dengan nilai 4,304 melebihi nilai t tabel, yang artinya hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan fitur Tik Tok Shop Shop terhadap perilaku konsumtif fashion mahasiswa FISIP Universitas Lambung Mangkurat.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Tik Tok Shop, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

Muhammad Agil Fahri. 2024. The influence of using the Tik Tok Shop feature on fashion consumptive behavior of FISIP students, Lambung Mangkurat University, Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences. (Supervised by Siti Zulaikha).

The rapid and advanced development of technology has given rise to many e-commerce services, one of which is Tik Tok Shop which is a widely used online shopping platform with 125 million users by 2023. The emergence of competition *platform e-commerce* giving birth to a lifestyle and consumer behavior in online shopping.

This research examines the influence of using Tik Tok Shop on fashion consumptive behavior among female students at the Faculty of Social and Political Sciences, Lambung Mangkurat University. The method applied in this research is a quantitative method with a simple random sampling technique, involving 85 respondents. The research instrument uses a questionnaire with a Likert scale. Data analysis techniques include data quality tests with validity tests for both variables above 0.177 and Reliability Tests with results above 0.6. Furthermore, the results of the classic Asumi test with normality testing have a value above 0.5, the autocorrelation test has a value above 1,671, which means there is no autocorrelation, the next test is multicollinearity with a result of 1,000, which means there is no multicollinearity and the heteroscedasticity test has a value above 0.5, which means This means that there are no symptoms of heteroscedasticity.

Furthermore, based on the research results, it shows that FISIP students at Lambung Mangkurat University have long used the Tik Tok Shop Shop feature with quite high frequency, namely more than 3-6 times a day. The data shows a significance normality test value (sig) of 0.991, which is greater than 0.05, so the research data is normally distributed. Therefore, the t test result with a value of 4.304 exceeds the t table value, which means the null hypothesis (H₀) is rejected, and the alternative hypothesis (H_a) is accepted. This indicates that there is a positive and significant influence from using the Tik Tok Shop Shop feature on the fashion consumptive behavior of FISIP students at Lambung Mangkurat University.

Keywords: *E-Commerce*, Tik Tok Shop, Consumptive Behavior.

MOTTO

“Kalau Anda sedang punya persoalan yang membuat Anda kecewa, jangan larut dalam kekecewaan tersebut. Perangi perasaan yang tidak baik. Boleh jadi sesuatu yang Anda tidak sukai (sesuatu membuat Anda kecewa) ada kebaikan di dalamnya.”

(Ustadz Adi Hidayat)

“Hidup tanpa sebuah kegagalan bukan sebuah kehidupan, Hidup akan terus di hantui dengan kegagalan, maka jangan pernah takut dengan kegagalan karena dari kegagalan kita bisa belajar terus dari apa yang telah kita lalui.”

(Cahya Nugroho)

“Sakit dalam perjuangan itu hanya sementara, namun jika menyerah, rasa sakit itu akan terasa selamanya”

(Kevin Sanjaya Sukamuljo)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta tiada terhingga kepada Kedua Orang Tua tercinta saya. Bapak Mirkan dan Ibu Sumiyati telah membimbing, mendidik dan juga memberikan yang terbaik kepada saya dari segi materiil dan moril, memberikan semangat dan dukungan kepada saya dengan sepenuh hati.

Tak lupa juga Karya ini saya persembahkan kepada kedua abang saya, abang pertama saya Cahya Nugroho dan abang kedua saya Bayu Setiawan yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi kepada adik nya ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
BERITA ACARA	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Review Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Perilaku Konsumtif	15
2.3. <i>State Of The Art</i> Penelitian	17
2.4. Definisi Operasional.....	18
2.4.1. Kuantitas Penggunaan Fitur Tik Tok Shop.....	18
2.4.2. Perilaku Konsumtif	20
2.6.. Variabel Penelitian	21
2.6.1. Definisi Variabel Penelitian.....	21
2.7. Indikator Penelitian	22

2.7.1. Indikator Penggunaan Fitur Tik Tok Shop (X).....	22
2.7.2. Indikator Perilaku Konsumtif	22
2.8. Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Metode Penelitian.....	24
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1. Studi Kepustakaan	30
3.4.2. Wawancara.....	30
3.5. Instrumen Penelitian.....	31
3.5.1. Kuesioner	31
3.6.2. Skala Pengukuran Data	32
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.6.1. Uji Validitas Uji validitas	34
3.6.2. Uji Reliabilitas	36
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	37
3.6.3.2. Uji Autokorelasi.....	38
3.6.3.3. Uji Multikolienaritas.....	39
3.7.3.4. Uji Heteroskedastisitas	40
3.10. Uji Hipotesis.....	41
3.10.1. Uji T.....	41
3.10.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.10.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM TIK TOK SHOP.....	44
4.1. Profil Aplikasi Tik Tok Shop	44
4.2. Produk dan Fitur Tik Tok Shop.....	45
4.2.1. Produk Tik Tok Shop.....	45
4.2.2. Fitur Tik Tok Shop	46
4.3. Jenis Promo Tik Tok Shop	51

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
5.1. Karakteristik Responden	55
5.1.1. Karakteristik berdasarkan Program Studi	55
5.1.2. Karakteristik berdasarkan usia	57
5.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	59
5.2.1. Analisis Statistik Deskriptif Kuantitas Penggunaan Fitur Tik Tok Shop (Variabel X).....	59
5.2.2. Analisis Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif (Variabel Y) ..	65
5.3. Analisis Tabulasi Silang	75
5.3.1. Frekuensi Penggunaan Tik Tok Shop	77
5.3.2. Analisis Perilaku Konsumtif	77
5.4. Pembahasan	78
5.4.1. Penggunaan Fitur Tik Tok Shop di kalangan Mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat	78
5.4.2. Perilaku Konsumtif Mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat.....	81
5.4.3. Pengaruh penggunaan Fitur Tik Tok Shop terhadap perilaku Konsumtif Fashion Mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
6.1. Kesimpulan.....	98
6.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	103
LAMPIRAN HASIL UJI SPSS.....	117
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review penelitian terdahulu	9
Tabel 3.1. Waktu dan Tahapan Penelitian	25
Tabel 3.2. Jumlah Mahasiswi aktif 2022	28
Tabel 3.3. Skor Skala Likert	33
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel X	34
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Y	35
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3.7. Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 3.8. Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 3.9. Hasil Uji Multikolienaritas.....	40
Tabel 3.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Tabel 3.11. Hasil Uji T.....	41
Tabel 3.12. Hasil Uji Linier Sederhana.....	42
Tabel 3.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.1. Produk di Tik Tok Shop.....	45
Tabel 5.1. Jumlah yang mengisi Kuesioner	56
Tabel 5.2. rentang umur dan jumlah responden tiap umurnya.....	57
Tabel 5.3. Mengakses Tik Tok Shop 2-3 Kali dalam sehari	59
Tabel 5.4. Mengakses Tik Tok Shop 3-5 kali dalam seminggu.....	59
Tabel 5.5. Mengakses Tik Tok Shop 6-10 kali dalam sebulan	60
Tabel 5.6. Adanya keterangan mengenai produk yang ditawarkan di Tik Tok Shop	61
Tabel 5.7. Informasi berbagai jenis produk terbaru melalui fitur Tik Tok Shop	61
Tabel 5.8. Tik Tok Shop sebagai referensi dalam berbelanja	62
Tabel 5.9. Review di Tik Tok Shop sangat dibutuhkan pada saat membeli barang di fitur tersebut.	63
Tabel 5.10. Konten review yang di sajikan di Tik Tok Shop.	63
Tabel 5.11. Ketertarikan pada suatu barang dan mengakses Tik Tok Shop	64
Tabel 5.12. Membeli suatu barang yang ada Hadiah	65
Tabel 5.13. Cenderung memilih produk karena reward yang ditawarkan ...	65
Tabel 5.14. Membeli barang karena adanya diskon, Cashback, potongan ongkir dan lain-lain.	66
Tabel 5.15. Membeli sebuah produk karena kemasan menarik.	67
Tabel 5.16. membeli produk yang rate nya di atas 4,5 atau 5 bintang.....	67
Tabel 5.17. menghabiskan sebagian uang untuk membeli apapun meskipun tidak dibutuhkan.....	68
Tabel 5.18. Membeli barang untuk menjaga citra atau image di hadapan responden lain	68
Tabel 5.19. Membeli suatu barang hanya untuk FOMO.....	69
Tabel 5.20. Mencoba banyak produk untuk mencari citra atau image	70

Tabel 5.21. Membeli suatu produk atas dasar keinginan (hawa nafsu) saya bukan kebutuhan	70
Tabel 5.22. Tetap membeli suatu barang, meskipun barang lama masih dapat digunakan	71
Tabel 5.23. Cenderung memilih produk yang lebih murah meskipun bukan sepenuhnya kebutuhan saya	72
Tabel 5.24. Membeli suatu barang untuk meningkatkan percaya diri	72
Tabel 5.25. Cenderung memilih produk dengan harga mahal karena membuat lebih percaya diri	73
Tabel 5.26. Merasa penting memilih produk yang harga nya tinggi untuk meningkatkan rasa percaya diri.....	74
Tabel 5 27. Membeli barang yang sama dengan influencer yang saya sukai	74
Tabel 5.28.Tabulasi Silang.....	75
Tabel 6.1. Panduan Kuesioner	103
Tabel 6.2. Kuesioner	108

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5. 1. Karakteristik berdasarkan Program Studi	55
Grafik 5. 2. Karakteristik berdasarkan usia	58
Grafik 5. 3. Persentase Indikator Penggunaan Tik Tok Shop	90
Grafik 5.4. Persentase perilaku konsumtif	93
Grafik 5. 5. Persentase Perilaku konsumtif	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Statistik Pengguna Tik Tok Shop Di Indonesia	2
Gambar 1.2. Data Pengguna Tik Tok Terbanyak	2
Gambar 4.1. Integrasi konten dan e-commerce	46
Gambar 4.2. Halaman Toko dan ulasan pelanggan.....	47
Gambar 4.3. Live shopping.....	48
Gambar 4.4. Tag Produk	48
Gambar 4 5. Penelusuran dan filter.....	48
Gambar 4.6. Promo dan Diskon	49
Gambar 4.7. Keranjang dan Pembayaran.....	50
Gambar 4.8. Lacak pesanan dan dukungan pelanggan	50
Gambar 4.9. Promo live shopping	52
Gambar 4.10. Promo toko Tik Tok Shop.....	52
Gambar 4.11. Waktu Indonesia Belanja	53
Gambar 4 12. Flash sale toko	53
Gambar 4.13. Promo Mall Day	54
Gambar 4.14. Promo tanggal kembar	54
Gambar 5.1. Promo Live Streaming	82
Gambar.5.2. Rate toko Dan Riwayat Pembelian Responden bernama Indah	84
Gambar.5.3. Riwayat Pembelian dan Rate toko responden Meriska	85