

**PENGARUH *CONTENT*, *CUSTOMIZATION*, DAN
CONVENIENCE PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP
MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA DI TANGERANG
SELATAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

YARA NUR ULTAN SHANI

1171001043


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yara Nur Ultan Shani

NIM : 1171001043

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Yara Nur Ultan Shani
NIM : 1171001043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Content*, *Customization* dan *Convenience* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr.

()

Penguji I : Alfian Rezani S.E., M. Sc

()

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Content, Customization* dan *Convenience* Pada Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan”** dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir tidaklah mudah. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu menyediakan waktu untuk memberi arahan, bimbingan, semangat, dan saran dalam penulisan Tugas Akhir ini
2. Bapak Alfian Rezani S.E., M. Sc selaku dosen pembahas materi yang telah memberikan masukan dan nasehat kepada peneliti dalam penulisan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir yang memberikan banyak masukan dalam tahap perbaikan Tugas Akhir ini;
4. Bapak dan Ibu Dosen tim pengajar dan seluruh staf karyawan Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, yang telah mencurahkan baik tenaga maupun pemikirannya selama masa perkuliahan penulis;
5. Kedua orang tua tercinta, Ety Poejiastuti dan Nuryanto yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, nasihat, serta dukungan dan kasih sayang tiada henti kepada penulis selama masa perkuliahan serta kakak dan adik-adik tersayang yang selalu memberikan semangat kepada penulis;
6. Anisah Imansari dan Novia Sulistyio Leny yang merupakan sahabat dan orang spesial yang sangat membantu dan selalu memberikan dukungan, nasihat dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan;

7. Freddy, Sandra, Syifa, Fariza, Fitri, Moudy, Elvada, Bunga, Dhiyah, Agnes, Rizky A. dan Wildan, selaku sahabat dekat yang memberikan banyak dukungan moral untuk penulis selama masa perkuliahan.
8. Rafiolla Prisca, Ratna Budiarti, Martha Uli Magdalena dan Gita Adelia yang merupakan sahabat selama masa perkuliahan yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir;
9. Spanyol Team yaitu Mega, Bila, Amel, Bila, Manda, Tasya, Ady, Ariq, Farhan, Rizal, Rezy dan Luthfi yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir;
10. Fadhil Kusnadi yang selalu siap sedia dalam membantu penulis selama masa perkuliahan dalam segala hal dan kawan-kawan Kedai Angin yang selalu memberikan dukungan moral untuk penulis;
11. Irsyad Harsari, Brama dan Khairul yang membantu penulis dalam mengolah data dan masukan dalam menyelesaikan tugas akhir;
12. Untuk rekan-rekan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah menemani dan memberi dukungan selama masa perkuliahan;
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bantuan dan doanya.
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis berharap Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi banyak pihak di kemudian hari.

Jakarta, 24 Agustus 2021



(Yara Nur Ultan Shani)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Yara Nur Ultan Shani

NIM : 1171001043

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *CONTENT*, *CUSTOMIZATION* DAN *CONVENIENCE* PADA
APLIKASI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA
DI TANGERANG SELATAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 24 Agustus 2020

Jakarta, 24 Agustus 2021


(Yara Nur Ultan Shani)

**PENGARUH *CONTENT*, *CUSTOMIZATION* DAN *CONVENIENCE* PADA
APLIKASI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA
DI TANGERANG SELATAN**

Yara Nur Ultan Shani

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi berbasis video pendek yang dapat dibagikan oleh penggunanya, telah memecahkan rekor sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh selama tahun 2020. Adanya potensi ini dimanfaatkan bagi pengusaha, salah satunya Bittersweet By Najla. Dengan adanya TikTok, Bittersweet By Najla dapat membuat konten yang kreatif sehingga dapat masuk ke FYP pengguna yang mana saja. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *content* (x1), *customization* (x2) dan *convenience* (x3) pada aplikasi TikTok terhadap minat beli (y) Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode analisis linear berganda, dimana menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dimana populasinya adalah pengguna TikTok di Tangerang Selatan dengan sampling 102 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content*, *customization* dan *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana *convenience* yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap minat beli. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh simultan dari *content*, *customization* dan *convenience* terhadap minat beli.

Kata Kunci: TikTok, Konten, Kustomisasi, Kenyamanan, dan Minat Beli

***THE INFLUENCE OF CONTENT, CUSTOMIZATION, AND CONVENIENCE
ON TIKTOK APPLICATION ON PURCHASE INTENTION OF BITTERSWEET
BY NAJLA IN SOUTH TANGERANG***

Yara Nur Ultan Shani

ABSTRACT

TikTok, a short video-based application that can be shared by its users, has broken the record as the most downloaded application in 2020. This potential is exploited by entrepreneurs, one of which is Bittersweet By Najla. With TikTok, Bittersweet By Najla can create creative content that can enter any user's FYP. This study aims to determine how the influence of content (x1), customization (x2,) and convenience (x3) on the TikTok application on the purchase intention of (y) Bittersweet By Najla in South Tangerang. This research method is quantitative using multiple linear regression analysis methods, which uses probability sampling technique with random sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires, where the population was TikTok users in South Tangerang with a sample of 102 respondents. The results of this study indicate that content, customization, and convenience have a positive and significant effect on purchase intention, where convenience has the strongest influence on purchase intention. The results also show that there is a simultaneous influence of content, customization and convenience on purchase intention.

Keywords: TikTok, Content, Customization, Convenience, and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... i

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... ii

KATA PENGANTARiii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... v

ABSTRAK.....vi

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR GAMBARxi

DAFTAR TABEL.....xii

BAB I..... 1

PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang 1

 1.2 Rumusan Masalah 11

 1.3 Tujuan Penelitian 11

 1.4 Manfaat Penelitian 12

 1.5 Batasan Penelitian 12

BAB II..... 13

KERANGKA TEORITIS 13

 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya 13

 2.1.1 Digital Marketing 13

 2.1.2 TikTok..... 16

 2.1.3 *Content Marketing* 18

 2.1.4 *Convenience* 21

 2.1.5 *Customization* 22

 2.1.6 Minat Beli 23

 2.2 Kerangka Berpikir..... 34

 2.3 Hipotesis 34

BAB III 35

METODE PENELITIAN..... 35

3.1 Metode Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampling.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sample.....	36
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Sumber Data.....	38
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Uji Instrumen	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6 Uji Kelayakan Model.....	45
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.6.2 Uji F (Uji Stimultan)	46
3.6.3 Uji T (Uji Parsial)	46
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.2 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	51
4.2 Analisis Korelasi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	52
4.2.1 Analisis Korelasi Variabel <i>Content Marketing</i> (X1)	52
4.2.2 Analisis Korelasi Variabel <i>Customization</i> (X2).....	54
4.2.3 Analisis Korelasi Variabel <i>Convenience</i> (X3)	55
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.1 Uji Normalitas.....	56
4.3.2 Uji Multikolinearitas	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.5 Uji Hipotesis	60
4.5.1 Uji T (Uji Parsial)	60
4.5.2 Uji F (Uji Simultan)	61
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.6 Pembahasan.....	63
4.6.1 Pengaruh <i>Content</i> Pada Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan	63
4.6.2 Pengaruh <i>Customization</i> Pada Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan	65
4.6.3 Pengaruh <i>Convenience</i> Pada Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan	66
4.6.4 Pengaruh <i>Content</i> , <i>Customization</i> dan <i>Convenience</i> Pada Aplikasi TikTok Secara Simultan Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla di Tangerang Selatan	67
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
Lampiran 1	74
Lampiran 2	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Survei Perilaku Pengguna Internet 3

Gambar 1.2 Logo Internet 3

Gambar 1.3 Top Mobile App Dowload 4

Gambar 1.4 Top Social App Downloads 4

Gambar 1. 5 Logo Bittersweet By Najla..... 5

Gambar 1.6 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Tahun 2010-2020... 6

Gambar 1.7 Akun TikTok Official Bittersweet By Najla..... 7

Gambar 1.8 Konten TikTok Bittersweet By Najla..... 8

Gambar 1.9 For You Page (FYP) TikTok Bittersweet By Najla 9

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir..... 34

Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin..... 47

Gambar 4.2 Grafik Usia Responden 48

Gambar 4.3 Grafik Kecamatan Domisisli Responden 49

Gambar 4.4 Grafik Intensitas Pembelian Bittersweet By Najla..... 50

Gambar 4.5 Scatterplot Residual Terhadap Fits 58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	51
Tabel 4.2 Korelasi Variabel Content.....	53
Tabel 4.3 Korelasi Variabel Customization	53
Tabel 4.4 Korelasi Variabel Convenience	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Residual	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	62