

**PENGARUH DISKON, WEBQUAL, E-WOM TERHADAP KEPUASAN**

**KONSUMEN TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah**

**Ponorogo Tahun 2019-2020)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu ( S – 1)**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Diky Afrilian Pratama Kristianto**

**NIM : 19414996**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

**PENGARUH DISKON, WEBQUAL, E-WOM TERHADAP KEPUASAN**

**KONSUMEN TIKTOKSHOP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah**

**Ponorogo Tahun 2019-2020)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat- syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S- 1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Diky Afrilian Pratama Kristianto

NIM : 19414996

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Diskon, Webqual, E- WOM Terhadap  
Kepuasan Konsumen Tiktokshop (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah  
Ponorogo Tahun 2019-2020)

Nama : Diky Afrilian Pratama Kristianto

NIM : 19414996

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 20 April 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S- 1) pada Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 17 Juli 2023

Pembimbing 1



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN. 0005056301

Pembimbing 2



Titis Purwaningrum, SE., MMA  
NIDN. 0704047001

Mengetahui :

Dean Fakultas Ekonomi



Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NIDN. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji:



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN. 0005056301



Dra. Umi Farida, MM  
NIDN. 0710016101



Eka Destriyanto Pristri A, S.AB., MM  
NIDN. 0711128404

## ABSTRAK

TikTok Shop adalah sebuah layanan e-commerce yang terdapat pada aplikasi TikTok. Melalui TikTok Shop, konsumen dapat melakukan transaksi jual-beli pada aplikasi TikTok. Fitur yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce* dapat berdampak pada kepuasan konsumen yang telah melakukan pembelian. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diskon, *Webqual*, *E-Wom* terhadap kepuasan konsumen pengguna TikTok Shop.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2019 – 2020 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebanyak 368 mahasiswa. Teknik yang digunakan dalam penetapan sampel yaitu rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 80 responden dengan teknik penentuan *simple random sampling*. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan data primer yang berasal dari penyebaran kuesioner. Seluruh data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 26. Tahapan pengujian dalam penelitian ini meliputi uji kualitas data, analisis data, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar diskon yang diberikan oleh Tik Tok Shop maka semakin besar pula kepuasan konsumen. (2) *WebQual* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *WebQual* maka semakin meningkat kepuasan konsumen dalam berbelanja di TikTok Shop. (3) *E-WOM* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak *E-WOM* yang diberikan maka semakin besar kepuasan konsumen dalam berbelanja di TikTok Shop. (4) Diskon, *WebQual*, dan *E-WOM* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Ketiga variabel tersebut memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen dimana diskon yang besar, kualitas *website* yang mendukung, dan *E-WOM* yang positif akan bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di TikTok Shop.

**Kata kunci:** Diskon, *WebQual*, *E-WOM*, dan Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*TikTok Shop is an e-commerce service that is included in the TikTok application. Through the TikTok Shop, consumers can make buying and selling transactions on the TikTok application. The features provided by e-commerce companies can have an impact on the satisfaction of consumers who have made purchases. Consumer satisfaction is a post-purchase evaluation, in which the alternatives purchased are at least equal to or exceed expectations. customer. The purpose of this study was to determine the effect of discounts, Webqual, E-Wom on consumer satisfaction with TikTok Shop users.*

*The population used in this study were 368 students majoring in management class 2019-2020 at the Muhammadiyah University of Ponorogo. The technique used in determining the sample is the slovin formula so that a sample size of 80 respondents is obtained using simple random sampling technique. This research is a type of quantitative research with primary data derived from distributing questionnaires. All data collected in this study were analyzed using multiple linear regression analysis models with the SPSS version 26 program. The testing stages in this study included data quality testing, data analysis, and hypothesis testing.*

*The results of the study show that: (1) Discounts partially have a significant effect on customer satisfaction. This shows that the greater the discount given by the Tik Tok Shop, the greater the customer satisfaction. (2) WebQual partially has a significant effect on customer satisfaction. This shows that the better WebQual is, the more satisfied consumers will be in shopping at the TikTok Shop. (3) E-WOM partially has a significant effect on consumer satisfaction. This shows that the more E-WOM is given, the greater the satisfaction of consumers in shopping at the TikTok Shop. (4) Discounts, WebQual, and E-WOM simultaneously have a significant effect on the dependent variable, namely customer satisfaction. These three variables have an important role in increasing consumer satisfaction where large discounts, quality of supporting websites, and positive E-WOM will jointly influence consumer satisfaction in shopping at the TikTok Shop.*

*Keywords: Discount, WebQual, E-WOM, and Consumer Satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaanirrahim,*

*Assalamu 'alaikum wr.wb*

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon, Webqual, E- WOM Terhadap Kepuasan Konsumen Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2019-2020)”**. Skripsi ini adalah syarat untuk mendapatkan gelar sarjana program strata satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan namun berkat dukungan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan secara tepat waktu. Penghargaan dan terima kasih yang setulus tulusnya peneliti berikan kepada:


1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat bergabung dalam keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan

kesempatan, dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Titi Rapini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan, Titis Purwaningrum, SE., MMA selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan serta semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Almh Mamah Fitin , Uti , Akung, Bunda Farida dan keluarga besar terimakasih atas doa, semangat, dukungan, pengorbanan,mdan kerja kerasnya sehingga bisa sampai saat ini. Semoga saya bisa membanggakan dan menjadi apa yang mereka harapkan.
6. Teman Teman saya yang telah memberikan support, semangat, dan dukungan semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan kepada kalian semua.

*Wassalamu 'laikum Wr. Wb.*

Ponorogo, 17 Juli 2023



(Diky Afrilian Pratama Kristianto)  
NIM. 19414996

## **MOTTO**

**“ ALLAH TIDAK AKAN MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN  
SESUAI DENGAN KEMAMPUANNYA” ( Q.S Al Baqarah : 286)**

**“ TIDAK ADA KESUKSESAN TANPA KERJA KERAS , TIDAK ADA  
KEMUDAHAN TANPA DOA “**





**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instansi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 17 Juli 2023



(Diky Afrilian Pratama Kristianto)  
NIM. 19414996

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	viii
KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xivv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori .....	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran .....	12
3. Perilaku Konsumen .....	14
4. Kepuasan Konsumen.....	19
5. Diskon .....	22
6. WebQual .....	25
7. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	33

1. Pengertian Hipotesis.....	33
2. Rumusan Hipotesis .....	33
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN .....	36
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	37
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	37
1. Jenis Data .....	37
2. Metode Pengumpulan Data.....	38
D. Definisi Operasional Variabel.....	39
E. Uji Instrumen.....	41
a. Uji Validitas .....	42
b. Uji Reabilitas.....	42
F. Analisis Data .....	44
1. Regresi Linier Berganda .....	44
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
G. Uji Hipotesis.....	45
1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	45
2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	46
BAB IV.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Hasil Penelitian .....	47
1. Gambaran Umum TikTok Shop.....	47
2. Gambaran Umum Responden .....	51
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4. Uji Instrumen .....	57
5. Analisis Data .....	60
6. Uji Hipotesis .....	63
B. Pembahasan.....	70
1. Pengaruh Diskon terhadap Kepuasan Konsumen .....	70
2. Pengaruh WebQual terhadap Kepuasan Konsumen .....	72
3. Pengaruh E-WOM terhadap Kepuasan Konsumen.....	74

4. Pengaruh Diskon, WebQual dan E-WOM terhadap Kepuasan Konsumen .....	76
5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
BAB V .....	77
PENUTUP .....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Keterbatasan .....	78
C. Saran.....	78
1. Bagi Universitas .....	78
2. Bagi TikTok Shop .....	78
3. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun .....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Diskon .....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel WebQual .....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel E-WOM .....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	56
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	58
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial) .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Uji T Daerah Penerimaan dan Penolakan H01 .....	65
Gambar 4.2 Uji T Daerah Penerimaan dan Penolakan H02 .....	67
Gambar 4.3 Uji T Daerah Penerimaan dan Penolakan H03 .....	68
Gambar 4.4 Uji F Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	83
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden .....	89
Lampiran 3. Karakteristik Responden .....	97
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	101
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	105
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	106
Lampiran 7. Hasil Uji T .....	107
Lampiran 8. Hasil Uji F .....	108
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	109
Lampiran 10. Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	110

