

HALAMAN MOTTO

“Kesalahan itu bisa diperbaiki. Tapi jika kamu memilih untuk Menyerah, maka itu adalah Kegagalan yang sesungguhnya.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, dan penulis ingin mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Agus Kuncoro dan Ibu Slamet Wahyuni, yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ketahap ini, yang selalu mengusahakan segalanya untuk penulis, selalu memberi semangat, mengajari untuk selalu bersabar disetiap proses yang dilalui. Penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas segala bantuan baik dalam bentuk finansial, dukungan, semangat, dan doa-doa yang diberikan selama ini. Terima kasih sudah menjadi rumah ternyaman untuk pulang.
2. Bapak Muhamad Baehaqi, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian, memberikan arahan, saran, serta dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Kedua Adik tersayang yaitu Aditya Dwi Nugraha dan Chairunnisa Salsabila Putri. Walaupun kalian menyebalkan, terima kasih sudah hadir dan menjadi penyemangat bagi Penulis untuk terus berjuang menjadi kakak yang baik. Semoga Penulis bisa menjadi seorang kakak yang bisa kalian banggakan.
4. Kakek Nenek tersayang, Bapak Ahmad Suwito dan Ibu Misem. Penulis ucapkan terima kasih banyak karena selalu memberikan dukungan dan doa yang terbaik untuk penulis. Terima kasih atas kasih sayang kalian yang

membuat Penulis selalu semangat dalam menjalankan kuliah selama ini. Terima kasih karena selalu bangga atas semua usaha yang dilakukan Penulis. Kalian adalah orang tua kedua bagi Penulis dan orang yang paling ingin Penulis banggakan.

5. Teman-teman MJRC dan para rekan seperjuangan Angkatan 2022. Terima kasih yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis merasa sangat bersyukur karena dipertemukan dengan orang-orang baik seperti kalian. Semoga pertemanan ini selalu terjaga selamanya. Sukses selalu untuk kalian semua.
6. Kepada seseorang yang kehadirannya tak kalah penting, Firly Angga Dwitara. Terima kasih karena selalu menemani Penulis saat mengerjakan skripsi, tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah Penulis, selalu sabar menghadapi Penulis dengan berbagai *mood* yang terjadi, dan selalu menyemangati ketika semangat mulai redup. Terima kasih untuk setiap waktu, perhatian, dan dukungan yang sangat berarti bagi Penulis. *Thank you for always being there for me, through every up and down.* Kamu adalah bagian dari cerita perjalanan terselesaikannya skripsi ini.
7. Dan yang terakhir, Skripsi ini dipersembahkan kepada diri saya sendiri yaitu “Listy Ayu Parameswari” yang telah berjuang melewati rasa lelah, ragu, dan hampir menyerah, namun tetap memilih untuk tetap bertahan. Terima kasih karena telah bertahan, berjuang dan tidak menyerah hingga akhirnya mampu menyelesaikan semua ini. Terima kasih karena sudah kuat sampai sejauh ini dan tidak berhenti di tengah jalan. *You did well, and you made it.*

ABSTRAKSI

TikTok Shop merupakan sebuah inovasi dari platform sosial media TikTok yang kini menjadi salah satu *e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama oleh Generasi Z. Kategori produk yang memiliki penjualan tertinggi di TikTok Shop adalah Kategori produk kecantikan atau kosmetik. Adanya paparan *price discount* dan *content marketing* yang menarik didalam platform TikTok Shop, serta adanya dukungan dari kemampuan finansial konsumen dapat mendorong perilaku *impulse buying* dikalangan Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji Pengaruh variabel *Price Discount*, *Content Marketing*, dan *Money Availability* terhadap *Impulse Buying*. Metode penelitiannya ialah kuantitatif dengan pendekatan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari penyebaran kuesioner secara *online* dan diperoleh sampel sejumlah 150 responden yang merupakan Gen Z pengguna aktif TikTok Shop dan pernah melakukan pembelian impulsif pada produk kosmetik. Penelitian ini juga memiliki jangkauan sebaran data responden yang cukup luas karena melibatkan responden dari berbagai provinsi di Indonesia. Analisis statistiknya meliputi Uji Instrumen, Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, pengujian Hipotesis, dan Koefisien Determinasi. Datanya diolah dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial *Price Discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*. Sementara itu, *Content Marketing* dan *Money Availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. Namun secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* dengan nilai koefisien determinasi 0,456 atau 45,6% perilaku *Impulse Buying* mampu dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar riset ini.

Kata kunci: *Price Discount*, *Content Marketing*, *Money Availability*, *Impulse Buying*, TikTok Shop, Generasi Z

ABSTRACT

TikTok Shop is an innovation from the TikTok social media platform which is now one of the e-commerce platforms widely used by the public, especially by Generation Z. The product category that has the highest sales in TikTok Shop is the beauty or cosmetic product category. The presence of price discount exposure and attractive marketing content on the TikTok Shop platform, as well as support from consumers' financial capabilities can encourage impulse buying behavior among Gen Z. This study aims to analyze and test the influence of Price Discount, Content Marketing, and Money Availability variables on Impulse Buying. The research method is quantitative with a purposive sampling approach. Data were collected from distributing online questionnaires and obtained a sample of 150 respondents who are Gen Z active users of TikTok Shop and have made impulsive purchases on cosmetic products. This study also has a fairly wide range of respondent data distribution because it involves respondents from various provinces in Indonesia. The statistical analysis includes Instrument Testing, Classical Assumptions, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis testing, and Determination Coefficient. The data were processed with the help of SPSS software version 25. The results of this study state that partially Price Discount has no significant effect on Impulse Buying. Meanwhile, Content Marketing and Money Availability have a positive and significant effect on Impulse Buying. However, simultaneously, all three independent variables have a positive and significant effect on Impulse Buying behavior with a coefficient of determination of 0.456, or 45.6% of Impulse Buying behavior can be explained by these three variables, while the remainder is influenced by other variables outside this research.

Keywords: *Price Discount, Content Marketing, Money Availability, Impulse Buying, TikTok Shop, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Price Discount*, *Content Marketing*, dan *Money Availability* terhadap *Impulse Buying* Gen Z pada Pembelian Produk Kosmetik melalui TikTok Shop”**.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penulisan skripsi ini juga merupakan wujud dari upaya penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam konteks nyata, khususnya dalam ranah penelitian ilmiah. Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam menyusun karya ilmiah ini dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki, serta melakukan analisis yang merujuk pada teori-teori yang relevan dan didukung oleh berbagai literatur yang mendukung. Meskipun demikian, Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis telah berusaha maksimal sesuai dengan kemampuan yang dimiliki penulis serta dari bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa tenaga, pikiran, motivasi, maupun bantuan lainnya dalam proses

penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Seluruh dosen, staf, dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen atas segala ilmu, bantuan, dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Baehaqi S.E, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tua tercinta dan kedua adik tersayang, atas doa, dukungan moral maupun material, serta kasih sayang yang tak ternilai, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman saya, yang telah memberikan dukungan, do'a dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis juga menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi seluruh pihak yang memerlukannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <i>Impulse Buying</i>	Error! Bookmark not defined.

2.1.2	<i>Price Discount</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3	<i>Content Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	<i>Money Availability</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2	Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Model Empiris	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data ...	Error! Bookmark not defined.
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat ...	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas/Kegiatan	Error! Bookmark not defined.

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran ..	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda...	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> ..	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Pengaruh <i>Money Availability</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V	SIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Keterbatasan.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Implikasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR	PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

- Tabel I – 1 *10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia ...* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel I – 2 *E-commerce Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia.....* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel I – 3 *Kategori Produk Teratas di Toko TikTok 2025...Error! Bookmark not defined.*
- Tabel I – 4 *Hasil Observasi Mengenai Beberapa Faktor Penyebab Impulse Buying di TikTok Shop.....* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel III – 1 *Distribusi Indikator Variabel Price Discount ...Error! Bookmark not defined.*
- Tabel III – 2 *Distribusi Indikator Variabel Content Marketing... Error! Bookmark not defined.*
- Tabel III – 3 *Distribusi Indikator Variabel Money Availability... Error! Bookmark not defined.*
- Tabel III – 4 *Distribusi Indikator Variabel Impulse Buying ..Error! Bookmark not defined.*
- Tabel IV – 1 *Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel IV – 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas/Kegiatan	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 6 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 7 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 8 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 11 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 12 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 13 Hasil Pengaruh Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV – 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II – 1 Model Empiris	Error! Bookmark not defined.
Gambar IV – 1 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.

Gambar IV – 2 Hasil Uji Heterokedastisitas**Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran II Data Identitas Responden**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran III Data Tabulasi Kuesioner.....**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran IV Hasil Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran VIII Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran IX Tabel r **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran X Tabel t **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran XI Tabel F **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran XII Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran XIII Kartu Tanda Seminar Proposal **Error! Bookmark not defined.**

