

PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK “THE ORIGINOTE” DI PLATFORM TIKTOK

(Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)

SKRIPSI



Oleh :

FADIA NUROKTA DWISAPTA

NIM : 202010040311449

**Dosen Pengampu : Dr. Budi Suprpto, M.Si**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**APRIL 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Preferensi Konsumen pada Produk 'The Originote' di Platform TikTok (Survei pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)

Diajukan Oleh :

**FADIA NUROKTA DWISAPTA**

202010040311449

Telah disetujui

*Rabu / 22 Januari 2025*

Pembimbing I



**Budi Suprpto, M.Si., Ph.D**

Wakil Dekan



**Najamul Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si.**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**FADIA NUROKTA DWISAPTA**

**202010040311449**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

Rabu, 22 Januari 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Zen Aminudin, M.Med.Kom**

( *Zen Aminudin* )

2. **M. Himawan Sutanto, M.Si**

( *Himawan Sutanto* )

3. **Budi Suprpto, M.Si., Ph.D**

( *Budi Suprpto* )

Mengetahui

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin, S.P., M.Hub.Int.**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Fadia Nurokta Dwisapta  
NIM : 202010040311449  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Judul Skripsi : PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK "THE ORIGINOTE" DI PLATFORM TIKTOK (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)

Disetujui,  
Pembimbing

**Dr. Budi Suprpto, M. Si.**

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Nasrullah, S.Sos, M.Si.**



Kampus I

Jl. Baweano 1 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 501 201 (Kampus I)  
F +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Denduran Sitani No.105 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 501 140 (Kampus II)  
F +62 341 502 060

Kampus III

J. Raya Tuguas No.248 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 464 319 (Kampus III)  
F +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fadia Nurokta Dwisapta  
NIM : 20201004311449  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :  
**PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK "THE ORIGINOTE" DI PLATFORM TIKTOK (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)**  
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
  2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
  3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.
- Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Desember 2024

Yang Menyatakan,

Fadia Nurokta Dwisapta



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 850 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutama No 150 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 342 623

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 850 435  
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(XII)/(2024)



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama : Fadia Nurokta Dwisapta  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311449  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK "THE ORIGINOTE" DI PLATFORM TIKTOK (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)**  
Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 16 Desember 2024

Dosen Pembimbing

**Dr. Budi Suprpto, M.Si**



Kampus I

Jl. Bendungan I Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 531 253 (Kampus I)  
F. +62 341 450 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 531 149 (Kampus II)  
F. +62 341 531 050

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 404 319 (Kampus III)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(XII)/(2024)

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Fadia Nurokta Dwisapta  
NIM : 202010040311449  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester (9) tahun akademik 2020 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 31 851 293 (Hunting)  
F. +62 31 851 436

Kampus II

Jl. Bendungan Sulaim No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 31 851 119 (Hunting)  
F. +62 31 851 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 311 493 435  
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

# SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK "THE ORIGINOTE" DI PLATFORM TIKTOK (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)

Oleh:

Nama : Fadia Nurokta Dwisapta

NIM : 202010040311449

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 16 Desember 2024

Pembimbing I/Promotor

Dr. Budi Suprpto, M.Si

NIP. 10387090041

(\* ) Coret yang tidak perlu



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 463 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 463 435

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner



## HASIL DETEKSI PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : FADIA NURDIKA

NIM : 202010040311449

Hasil Plagiasi : <sup>21/12</sup> <sup>30/12</sup> <sup>2/1</sup>

|         |    |    |    |  |
|---------|----|----|----|--|
| BAB I   | 52 | 20 |    |  |
| BAB II  | 41 | 5  |    |  |
| BAB III | 34 | 21 | 19 |  |

<sup>21/12</sup> <sup>30/12</sup>

|        |    |    |  |  |
|--------|----|----|--|--|
| BAB IV | 28 | 19 |  |  |
| BAB V  | 17 |    |  |  |
| BAB VI |    |    |  |  |

Malang, 2 Januari 2024

Admin Plagiasi Prodi:



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



Nasrullah, S.Sos, M. Si

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada, Jumat 13 Desember 2024, telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh :

|                   |  |
|-------------------|--|
| Nama Peneliti     | Fadia Nurokta Dwisapta   |
| NIM               | 202010040311449  |
| Konsentrasi Studi | Jurnalisme   |
| Judul Skripsi     | PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK "THE ORIGINOTE" DI PLATFORM TIKTOK (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang) |

Dihadiri Oleh Dosen Penguji :

1. Zen Amirudin S.Sos. M.Med.Kom

Dihadiri Oleh Dosen Pembimbing :

1. Dr. Budi Suprpto, M.Si

Dihadiri oleh 17 mahasiswa

Mengetahui,

Dosen Pembimbing,

Dr. Budi Suprpto, M.Si

Malang, 13 Desember 2024

Dosen Penguji,

Zen Amirudin S.Sos. M.Med.Kom



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 562 090

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL

### LAPORAN PENELITIAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Preferensi Konsumen pada Produk "The Originote" di Platform TikTok" (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)  
Hasil Penelitian Oleh : Fadia Nurokta Dwisapta  
NIM : 202010040311449  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada/Tanggal : Jum'at, 13 Desember 2024  
Pelaksanaan : Zoom Meeting

| No | Nama                       | Asal Instansi | NIM             | Jurusan                       |
|----|----------------------------|---------------|-----------------|-------------------------------|
| 1  | Ayu Mutia Safitri          | UMM           | 202110040311295 | Ilmu Komunikasi               |
| 2  | Shafa Tania Kamilah        | UMM           | 202110040311306 | Ilmu Komunikasi               |
| 3  | Sabrina Hanum Sabita       | UMM           | 202110230311556 | Psikologi                     |
| 4  | Lollyta Anjanarko          | UMM           | 202110040311277 | Ilmu Komunikasi               |
| 5  | Zahda Aulia Efendi         | UMM           | 202110040311281 | Ilmu Komunikasi               |
| 6  | Restu Asri Diva Nurzahra   | UMM           | 202110040311316 | Ilmu Komunikasi               |
| 7  | Hanif Uswatun Hasanah      | UMM           | 202010040311345 | Ilmu komunikasi               |
| 8  | Annastasya Meyzsa Mulyono  | UMM           | 202010040311558 | Ilmu Komunikasi               |
| 9  | Rizky Aulia Rahmadiyah     | UMM           | 202010170311188 | Akuntansi                     |
| 10 | Sabrina Zendy Ellysa Putri | UMM           | 202010040311368 | Ilmu Komunikasi               |
| 11 | Erza Yuli Hayanti Anwar    | Instansi Lain | 2042014011      | Bimbingan dan Konseling Islam |
| 12 | Felycia Yura Arillia       | UMM           | 202010040311509 | Ilmu komunikasi               |
| 13 | Kinanthi Sabila            | Instansi Lain | -               | Manajemen                     |
| 14 | Achmad Muzayyin Efendi     | UMM           | 202010040311524 | Ilmu komunikasi               |
| 15 | Meshi Rachmadhiwa Wirasto  | UMM           | 202010040311327 | Ilmu Komunikasi               |
| 16 | Dinda Oktavia              | UMM           | 202010040311609 | Ilmi komunikasi               |
| 17 | Denova Viona Elly          | Instansi Lain | 225110500111047 | Pendidikan Bahasa Inggris     |

Mengetahui,  
Malang, 17 Desember 2024  
Dosen Pembimbing

Budi Suprpto. M.Si, Ph.D.

Dosen Penguji 1

Zen Amirudin, S.Sos, M.Med.Kom

Kepala Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 253 (Hunting)  
F. +62 341 591 133

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 149 (Hunting)  
F. +62 341 591 060

Kampus III

J. Raya Toopmas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 464 435  
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Judul Skripsi : "Pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Preferensi Konsumen pada Produk "The Originote" di Platform TikTok" (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)  
Hasil Penelitian Oleh : Fadia Nurokta Dwisapta  
NIM : 202010040311449  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing : Dr. Budi Suprpto, M.Si  
Daftar Konsultasi :

| Tanggal                   | Keterangan                       | Paraf Pembimbing |
|---------------------------|----------------------------------|------------------|
| Sabtu, 6 Mei 2023         | Bimbingan ACC judul skripsi      |                  |
| Sabtu, 27 Mei 2023        | Bimbingan bab 1, bab 2 dan bab 3 |                  |
| Rabu, 31 Mei 2023         | Seminar Proposal                 |                  |
| Kamis, 13 Juni 2024       | Revisi bab 1 sampai bab 3        |                  |
| Senin, 17 Juni 2024       | Mulai melakukan penelitian       |                  |
| Kamis, 4 Juli 2024        | Bimbingan bab 4                  |                  |
| Selasa, 30 Juli 2024      | Revisi bab 4                     |                  |
| Selasa, 17 September 2024 | Bimbingan bab 4 dan bab 5        |                  |
| Sabtu, 30 November 2024   | Revisi bab 4 dan bab 5           |                  |
| Selasa, 3 Desember 2024   | ACC bab 4 dan bab 5              |                  |
| Jumat, 13 Desember 2024   | Seminar Hasil                    |                  |

Malang, 13 Desember 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dr. Budi Suprpto, M.Si



Kampus I  
Jl. Bankiro, 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 252 (Kanting)  
F. +62 341 460 432

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 148 (Kanting)  
F. +62 341 582 005

Kampus III  
Jl. Raja Tjojoomas No. 748 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 804 218 (Kanting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

Fadia Nurokta Dwisapta. NIM. 201210040311449. Pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk "The Originote" di Platform Tik Tok (Survei Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang), Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word of Mouth (Electronic Word Of Mouth (eWOM)) terhadap Preferensi Konsumen pada produk The Originote di platform TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional, melibatkan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang yang aktif menggunakan TikTok, pernah membeli produk The Originote, dan terpapar Fitur Live Streaming serta Electronic Word Of Mouth (eWOM) terkait produk tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Live Streaming dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) memiliki pengaruh positif signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Preferensi Konsumen. Temuan ini memberikan kontribusi bagi strategi pemasaran digital, khususnya dalam memaksimalkan penggunaan live streaming dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) sebagai alat promosi efektif di platform TikTok, serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi pemasaran inovatif dan terintegrasi di era digital.

*Kata Kunci : Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (eWOM), Preferensi Konsumen, TikTok, The Originote.*

Mengetahui,


Dosen Pembimbing



Dr. Budi Suprpto, M.Si

Malang, 17 Desember 2024

Peneliti



Fadia Nurokta Dwisapta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fitur Live Streaming dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Preferensi Konsumen pada Produk ‘The Originote’ di Platform TikTok (Survei pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan serta rahmat dan pertolongan-Nya selama penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si selaku dosen wali di kelas Ilmu Komunikasi F angkatan 2020.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Budi Suprpto. M.Si, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi penulis, Penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya karena telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

6. Cinta pertamaku dan panutanku, Ayahanda Sulikan dan pintu surgaku ibunda Sri Wahyuni, untuk beliau skripsi ini penulis persembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang dan dukungan yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun mereka mampu memberikan yang terbaik untuk Penulis, tak pernah putus mendoakan dan memberikan dukungan sehingga Penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya akan penulis dapatkan untuk kalian berdua. Semoga Ayah dan Ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
7. Saudara penulis, Aisyah Aulia Hapsari, Askia Azahra dan Dhaafiyah Hena Anindra yang selalu memberikan keceriaan dan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat SMA saya Rizky Aulia Rahmadiyah, Erza Yulihayanti Anwar, yang selalu siap mendengarkan apapun curhatan penulis dan tidak pernah bosan untuk selalu bersama-sama serta selalu memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga semua keinginannya terwujud.
9. Ezhra Zahara Putra Harahap yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah Penulis, menemani dan memberikan kesenangan serta kebahagiaan kepada penulis selama masa penulisan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan dan semangat dalam setiap proses Penulis. Semoga selalu diberi kebahagiaan.
10. Untuk Nurazizah Maulidiyah, Annastasya Meyza, Dinda Oktavia sahabat di perkuliahan, terimakasih sudah memberikan pengalaman yang bahagia selama pertemanan ini, dengan dukungan dan semangat dari teman teman penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga keinginan teman teman terwujud.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
12. Last but not least, kepada diri saya sendiri, terimakasih atas ketabahan dan keteguhan dalam menghadapi berbagai tantangan, serta upaya untuk

menjadi versi terbaik dari diri sendiri sehingga berhasil mencapai hal penting dalam perjalanan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima dengan terbuka segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami fenomena pemasaran digital melalui platform TikTok. Penulis berharap karya ini juga dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi yang tertarik dengan topik serupa.

Malang, 3 Januari 2025

Penulis

Fadia Nurokta Dwisapta





## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                        | i     |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....                | iii   |
| SURAT PERNYATAAN.....                          | ii    |
| SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....               | iii   |
| SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....            | iv    |
| SURAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI .....       | v     |
| HASIL DETEKSI PLAGIASI .....                   | vi    |
| BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....                | vii   |
| DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....               | viii  |
| BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....            | ix    |
| ABSTRAK .....                                  | x     |
| KATA PENGANTAR.....                            | xi    |
| DAFTAR ISI.....                                | xiv   |
| DAFTAR TABEL.....                              | xviii |
| DAFTAR PUSTAKA.....                            | 19    |
| BAB I.....                                     | 2     |
| PENDAHULUAN .....                              | 2     |
| 1.1 Latar Belakang.....                        | 2     |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                       | 4     |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                     | 5     |
| 1.4 Manfaat penelitian .....                   | 5     |
| BAB II KERANGKA TEORI.....                     | 7     |
| 2.1 Komunikasi Pemasaran.....                  | 7     |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....    | 7     |
| 2.1.2. Dimensi Komunikasi Pemasaran.....       | 11    |
| 1. Iklan (Advertising).....                    | 11    |
| 2. Promosi Penjualan (sales promotion) .....   | 12    |
| 3. Hubungan Masyarakat (Public Relation).....  | 13    |
| 4. Pemasaran Langsung (Direct Marketing) ..... | 13    |

|  |  |           |
|--|--|-----------|
| 5.                                     | Digital atau Internet Marketing.....   | 14        |
| 6.                                     | Personal Selling .....   | 14        |
| 2.1.3.                                 | Tujuan Komunikasi Pemasaran dengan Fitur Live dan Electronic Word of Mouth (eWOM) .....                                    | 15        |
| 2.2.                                   | Fitur Live Streaming.....  | 16        |
| 2.3.                                   | Electronic Word of Mouth.....  | 18        |
| 2.4.                                   | Dimensi e-WOM .....  | 20        |
| 2.4.1.                                 | E-WOM Quality .....  | 20        |
| 2.4.2.                                 | E-WOM Quantity .....   | 20        |
| 2.4.3.                                 | E-WOM Credibility .....  | 21        |
| 2.5.                                   | Preferensi Konsumen.....   | 21        |
| 2.6.                                   | Pengaruh Fitur Live dengan Preferensi Konsumen .....   | 23        |
| 2.7.                                   | Pengaruh Electronic Word Of Mouth dengan Preferensi Konsumen.....  | 24        |
| 2.8.                                   | Penelitian Terdahulu .....   | 25        |
| 2.9.                                   | Kerangka Pemikiran .....   | 29        |
| 2.10.                                  | Uji Hipotesis .....  | 29        |
| 2.                                     | Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di platform TikTok terhadap preferensi konsumen pada produk “The Originote” ..... | 30        |
| 3.                                     | Pengaruh Fitur Live Streaming dan eWOM Terhadap Preferensi Konsumen pada Produk “The Originote” .....                      | 30        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> ..... |  | <b>32</b> |
| 3.1.                                   | Jenis Penelitian .....   | 32        |
| 3.2.                                   | Metode Penelitian .....  | 32        |
| 3.3.                                   | Populasi, dan Sampel.....  | 33        |
| 3.3.1                                  | Populasi .....   | 33        |
| 3.3.2                                  | Sampel .....   | 33        |
| 3.4.                                   | Teknik Pengumpulan Data.....   | 35        |
| a.                                     | Kuesioner .....  | 35        |
| b.                                     | Bagian Kuesioner.....  | 35        |
| c.                                     | Distribusi Kuesioner .....   | 36        |
| 3.5                                    | Teknik Analisis Data .....   | 36        |
| 3.5.1                                  | Uji Validitas.....   | 36        |
| Tabel 3. 1 Nilai R Tabel .....         |  | 37        |
| Hasil Uji Validitas .....              |  | 37        |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3. 3 Hasil R Hutung dan R Tabel .....                            | 38 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....   | 39 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....                                | 39 |
| 3.6. Uji Asumsi Klasik .....   | 40 |
| 3.6.1 Uji Normalitas .....   | 40 |
| 3.6.2 Uji Linieritas .....   | 40 |
| 3.6.3 Uji Multikolinearitas .....                                      | 41 |
| 3.7 Analisis Data .....  | 41 |
| 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....                           | 41 |
| 3.7.2 Uji Parsial (Uji T) .....  | 44 |
| 3.7.3 Uji Simultan (Uji F) .....                                       | 44 |
| 3.7.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                            | 44 |
| 3.8 Definisi Konsep .....  | 45 |
| 1. Variabel Bebas (Independen Variabel) .....                          | 45 |
| 2. Variabel Terikat (Dependen Variabel) .....                          | 46 |
| Definisi Oprasional Variabel .....                                     | 47 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                    | 49 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian Dan Lokasi Penelitian .....            | 49 |
| 4.1.1 Objek Penelitian .....   | 49 |
| 4.1.2 Lokasi Penelitian .....  | 49 |
| 4.2 Indetitas Responden .....  | 49 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....              | 50 |
| Tabel 4. 1 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 50 |
| 4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                       | 50 |
| Tabel 4. 2 Jenis Usia Responden .....                                  | 50 |
| 4.3 Analisa Data .....   | 51 |
| 4.3.1 Analisa Deskripsi .....  | 51 |
| Tabel 4. 3 Presentase Responden .....                                  | 51 |
| 4.3.2 Deskripsi Variabel Fitur Live Streaming (X1) .....               | 52 |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (X1) .....            | 52 |
| 4.3.3 Deskripsi Electronic Word Of Mouth (eWOM) (X2) .....             | 52 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (X2) .....            | 53 |
| 4.3.4 Deskripsi Preferensi Konsumen .....                              | 54 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (Y) .....   | 54 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik.....   | 55 |
| 4.4.1 Uji Normalitas .....   | 55 |
| 4.4.2 Kolmogorov-Smirnov.....  | 56 |
| Tabel 4. 7 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....   | 56 |
| 4.4.3 Uji Linieritas.....  | 57 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Linieritas variabel X <sub>1</sub> .....  | 57 |
| Tabel 4. 9 Uji Linieritas Variabel X <sub>2</sub> .....  | 58 |
| 4.4.4 Uji Multiikolinieritas.....  | 59 |
| Tabel 4. 12 Uji T (X <sub>1</sub> & Y).....  | 61 |
| 2. Pengaruh Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> ) terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada platform TikTok .....                                 | 61 |
| Tabel 4. 14 Uji T (X <sub>2</sub> & Y).....  | 62 |
| 3. Pengaruh Fitur Live Streaming (X <sub>1</sub> ) dan Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> ) terhadap Preferensi Konsumen (Y).....            | 62 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji T (X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> & Y) .....  | 63 |
| 4.5 Uji Regresi Berganda.....  | 64 |
| 1. Uji Pengaruh Fitur Live Streaming (X <sub>1</sub> ) terhadap Preferensi Konsumen (Y).....   | 64 |
| 2. Uji Pengaruh Fitur Live Streaming (X <sub>1</sub> ) terhadap Electronic Word Of Mouth (eWOM) (X <sub>2</sub> ).....                             | 65 |
| 3. Uji Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) (X <sub>2</sub> ) terhadap Preferensi Konsumen (Y).....  | 65 |
| 4. Uji Pengaruh Fitur Live Streaming (X <sub>1</sub> ) dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) (X <sub>2</sub> ) terhadap Preferensi Konsumen (Y)..... | 66 |
| Pembahasan .....   | 67 |
| BAB V.....   | 70 |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 70 |
| Kesimpulan .....   | 70 |
| Saran.....   | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA.....  | 72 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Nilai R Tabel .....                                   | 36 |
| Tabel 3. 2 Uji Validitas.....                                    | 36 |
| Tabel 3. 3 Hasil R Hutung dan R Tabel .....                      | 37 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....                          | 38 |
| Tabel 3. 5 Definisi Oprasional Variabel.....                     | 46 |
| Tabel 4. 1 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| Tabel 4. 2 Jenis Usia Responden.....                             | 49 |
| Tabel 4. 3 Presentase Responden .....                            | 50 |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (X1) .....      | 51 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (X2) .....      | 52 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel (Y) .....       | 53 |
| Tabel 4. 7 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....                     | 55 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Linieritas variabel X_1 .....               | 56 |
| Tabel 4. 9 Uji Linieritas Variabel X2.....                       | 57 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....                    | 58 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji F (X_1 & Y).....                           | 59 |
| Tabel 4. 12 Uji T (X_1 & Y).....                                 | 60 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji F (X2 & Y).....                            | 60 |
| Tabel 4. 14 Uji T (X2 & Y).....                                  | 61 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji F (X_1, X2 & Y).....                       | 62 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji T (X_1, X2 & Y) .....                      | 62 |
| Tabel 4. 17 Nilai R Square (X_1 & Y).....                        | 63 |
| Tabel 4. 18 Nilai R Square (X_1 & X2).....                       | 64 |
| Tabel 4. 19 Nilai R Square (X2 & Y).....                         | 65 |
| Tabel 4. 20 Nilai R Square (X_1, X2 & Y).....                    | 65 |

## DAFTAR PUSTAKA

Anisa, A. R. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143.

Bataineh, A. Q. (2015). The impact of perceived e-WOM on purchase intention: The mediating role of corporate image. *International Journal of marketing studies*, 7(1), 126.

Belch, G. E. (2018). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. *mcgraw-hill*.

Chamidah, A. &. (2022). *Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

Cheung, C. M. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision support systems*, 53(1), 218-225.

FADHILAH NUR DIANSYAH, F. N. (2024). PENGARUH DISTRIBUSI, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK CLASMILD DI KOTA SEMARANG. (*Doctoral dissertation, UPT. Perpustakaan Undaris*).

Fajarani, E. W. (2021). Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik di supermarket diamond Kota Palembang. *KaliAgri Journal*, 2(1), 38-50.

Fatihudin, D. &. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Hilvert-Bruce, Z. N. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67.

Kevin Wijaya, G. &. (2018). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM TRANSAKSI ONLINE YANG MELIBATKAN PELAKU

USAHA MIKRO DAN KECIL APABILA TERJADI KETIDAKSESUAIAN PEMESANAN BARANG. *Doctoral dissertation, Fakultas Hukum UNDIP.*

Kotler, P. K. (2018). *Marketing management: an Asian perspective.* .

Maduretno, R. B. (2021). The importance of eWOM elements on online repurchase intention: Roles of trust and perceived usefulness. *Jurnal Ekonomi Indonesia, 10(1), 55-69.*

Mariasih, A. A. (2021). Peran eWOM Quality, eWOM Quantity, dan eWOM Credibility dalam Membentuk Corporate Image dan Mendorong Purchase Intention: Studi Empiris pada Jasa Pendidikan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 19(1), 1-20.*

Mishra, A. &. (2016). eWOM: Extant research review and future research avenues. *Vikalpa, 41(3), 222-233.*

Mutmainna, N. H. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA PLATFORM TIKTOK. *Journal of Management and Innovation Entreprene.*

Prasetyo, B. D. (2018). Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media bar. *Universitas Brawijaya Press.*

Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.*

Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.*

Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.*

Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada.*

- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.
- Putri, A. K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238-8248.
- Rahmadani, A. W. (2023). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, WORD OF MOUTH (WOM) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN KOMSUMEN PADA SKINCARE KF SKIN DI ARLIN BEAUTY COSMETIC, JL. KI AGENG KUTU PONOROGO. *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.
- Santosa, S. &. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Pro Mark*, 10(1).
- Saputra, G. G. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452.
- Song, C. &. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China.
- Sugiyono, S. &. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Suka, E. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan.
- Sundari, R. D. (2023). The Role of E-WOM in Stimulating Tourist Visits to the Bandung Zoo. *Jurnal Fokus Manajemen*, 3(1), 19-26.
- Sutrisno, S. H. (2022). Dampak Kompensasi, motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan: Review Literature.



*Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(6), 3476-3482.*

