

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI TIKTOK LIVE
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO THRIFTFEEYA
DESA NGEBRAK KECAMATAN GAMPENGREJO KABUPATEN
KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh :

SILVIA EKA PUTRIANA

NIM. 21403065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI TIKTOK LIVE
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO THRIFTFEEYA
DESA NGEBRAK KECAMATAN GAMPENGREJO KABUPATEN
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk Menenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

SILVIA EKA PUTRIANA

NIM. 21403065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI TIKTOK LIVE
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO THRIFTFEEYA
DESA NGEBRAK KECAMATAN GAMPENGREJO KABUPATEN
KEDIRI**

Ditulis Oleh :

**SILVIA EKA PUTRIANA
NIM. 21403065**

Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Nilna Fauza, M.H.I
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II


Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 198603102019031007

NOTA DINAS

Kediri, 26 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di
Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Silvia Eka Putriana

NIM : 21403065

Judul : Analisis Strategi *Digital Marketing* Melalui TikTok Live
Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Thriftfeeya
DesaNgebrak Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat diujikan dalam sidang Munaqosah.
Demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nilna Fauza, M.H.I
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 198603102019031007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 26 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di
Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Silvia Eka Putriana

NIM : 21403065

Judul : Analisis Strategi *Digital Marketing* Melalui TikTok Live
Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Thriftfeeya
DesaNgebrak Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang Munaqosah, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nilna Fanza, M.H.I
NIP. 198610242015032003

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 198603102019031007

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI TIKTOK LIVE
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO THRIFTFEEYA
DESA NGEBRAK KECAMATAN GAMPENGREJO KABUPATEN
KEDIRI**

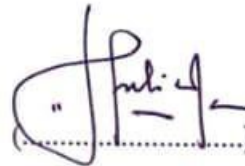
**SILVIA EKA PUTRIANA
NIM. 21403065**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 27 Juni 2025

Tim Penguji :

1. Penguji Utama

Dr. Yuliani, MM
NIP. 198407102019032009



2. Penguji I

Nilna Fauza, M.H.I
NIP. 198610242015032003



3. Penguji II

Choiru Umatin, M.Pd
NIP. 198710122019032007



Kediri, 07 Juli 2025



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI
NIP. 197501011998031002



HALAMAN MOTTO

“Inovasi yang berkelanjutan, strategi digital yang tepat, dan kreativitas tanpa henti adalah kunci keberhasilan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis *online*”

-Anonim-

“Angin tidak berhembus untuk menggoyahkan pepohonan, melainkan untuk menguji kekuatan akarnya”

-Ali bin Abi Thalib-

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia Eka Putriana
NIM : 21403065
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Kediri, 26 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Silvia Eka Putriana
NIM. 21403065

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan penuh rasa terimakasih dan ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT. Sebagai Dzat Yang Maha Agung, penulis sampaikan segala pujian dan rasa syukur atas anugerah rahmat, kesehatan, ilmu, serta kekuatan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW. Sebagai suri tauladan umat manusia, semoga shalawat dan salam senantiasa diberikan kepada beliau, yang telah mengantarkan kita dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh dengan pengetahuan.
3. Kedua Orang Tua Tercinta. Bapak Agus Suprianto dan Ibu Siti Munawaroh yang senantiasa menjadi sumber motivasi, dorongan, dan semangat dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas kasih sayang, doa yang selalu mengalir, kesabaran, dan pengorbanan tanpa batas yang tidak akan pernah bisa terbalas.
4. Adik dan Keluarga Besar. Terima kasih untuk dukungan, doa, dan semangat yang telah kalian sampaikan. Keberadaan kalian sangat berperan bagi penulis dalam proses perjalanan studi ini.
5. Dosen Pembimbing. Ibu Nilna Fauza, M.H.I, dan Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy yang telah memberi bimbingan kepada penulis dengan penuh kesabaran, memberikan arahan, saran, dan dorongan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

6. Sahabat dan Teman Seperjuangan. Sonia Puspa, Binti, Linda, Putri, Saskia, Ana, Feli, Rizka, Dian, Hanna, dan Ima. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan spiritual, dan dorongan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Teman-teman seangkatan tahun 2021, khususnya Manajemen Bisnis Syariah dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.
8. Penulis. Sebagai ungkapan penghargaan atas setiap usaha yang telah dilakukan, atas kesabaran dalam menghadapi proses yang panjang, serta keberanian untuk terus melangkah meski tak selalu mudah. Terima kasih telah memilih untuk bertahan, terus belajar, dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya.

ABSTRAK

Silvia Eka Putriana 21403065, Dosen Pembimbing Nilna Fauza, M.H.I dan Adin Fadilah, M.E.Sy, Analisis Strategi *Digital Marketing* TikTok Live Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Thriftfeeya Desa Ngebrak Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri, Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kata Kunci: Strategi *Digital Marketing*, TikTok Live, Bisnis Thrift, Peningkatan Penjualan, Model AISAS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *digital marketing* melalui TikTok Live dalam meningkatkan penjualan pada toko Thriftfeeya di Desa Ngebrak, Kecamatan Gampengrejo, Kabupaten Kediri. Tiktok Live dipilih karena kemampuannya dalam menyediakan interaksi secara langsung yang dapat membangun kepercayaan, mempererat hubungan emosional, serta mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis berdasarkan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) guna memahami perilaku konsumen dalam konteks pemasaran digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan dua temuan utama. (1) Implementasi Strategi *Digital Marketing* TikTok Live Oleh Thriftfeeya. Dilakukan melalui pendekatan yang menarik dan komunikatif, seperti penggunaan judul siaran yang memikat (“harga 30 ribuan”, “cuci gudang”), penampilan produk unggulan di awal siaran, serta interaksi yang ramah, jujur, dan responsif antara penjual dan pembeli. Strategi ini mendorong terciptanya kedekatan emosional dan meningkatkan minat beli secara spontan. Analisis dengan model AISAS menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya tertarik dan melakukan pembelian, tetapi juga secara sukarela membagikan pengalaman mereka di media sosial, yang memperkuat efek promosi dari mulut ke mulut. (2) Implementasi Strategi *Digital Marketing* TikTok Live dalam Meningkatkan Penjualan. Dibuktikan dengan pencapaian target penjualan dari 700-900 item, peningkatan omzet dari Rp67 juta menjadi Rp1,2 miliar, serta perolehan laba sebesar 20% dari omzet bersih. Strategi ini juga berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis Thriftfeeya secara keseluruhan, yang terlihat dari penambahan tenaga kerja, peningkatan durasi siaran *live*, penambahan gudang, serta bertambahnya jumlah stok barang. Studi ini juga merekomendasikan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan secara lebih rinci.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, petunjuk, dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan tentang “Analisis Strategi *Digital Marketing* melalui TikTok Live dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Thriftfeeya Desa Ngebrak Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri.” Shalawat dan salam selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri tauladan bagi seluruh umat, yang telah memandu kita dari masa kegelapan menuju zaman penuh pengetahuan dan cahaya Islam.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.H.I, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah sekaligus Dosen Pembimbing I yang memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.

5. Bapak Mundhori, S.E., M.E. selaku wali dosen yang telah memberikan arahan dan dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai, dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
7. Ibu Afiyah Pratiwi, S.E. selaku pemilik usaha Thriftfeeya yang telah memberikan tempat, kesempatan, dan kepercayaan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis hanya mampu mendoakan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak yang terkait mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya, Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
E. Telaah Pustaka.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	25
A. Strategi Pemasaran.....	25
1. Definisi Strategi Pemasaran.....	25
2. Konsep-Konsep Strategi Pemasaran.....	27
B. <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	29
1. Definisi <i>Digital Marketing</i>	29
2. Ruang Lingkup <i>Digital Marketing</i>	30
3. Hubungan <i>Digital Marketing</i> dengan Peningkatan Penjualan.....	31
4. Model <i>Digital Marketing</i> yang Digunakan.....	32

C. Media Sosial TikTok.....	34
1. Definisi Media Sosial.....	34
2. Definisi TikTok.....	35
3. Fitur Live TikTok.....	37
4. Hubungan TikTok Live dengan Peningkatan Penjualan.....	38
D. Penjualan.....	39
1. Definisi Penjualan.....	39
2. Jenis-Jenis Penjualan.....	40
3. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	41
4. Indikator Peningkatan Penjualan.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Waktu dan Kehadiran Penelitian.....	46
C. Lokasi Penelitian.....	46
D. Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Analisis Data.....	49
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	50
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	52
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Profil Usaha Thriftfeeya.....	54
2. Logo <i>Thrift Shop</i> Thriftfeeya.....	57
3. Akun Media TikTok Thriftfeeya.....	57
4. Profil Pemilik Thriftfeeya.....	58
5. Visi dan Misi.....	58
B. Paparan Data.....	59
1. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> TikTok Live Oleh Thriftfeeya.....	59
2. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> TikTok Live dalam Meningkatkan Penjualan.....	72
C. Temuan Penelitian.....	79
BAB V PEMBAHASAN.....	83
A. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> TikTok Live Oleh Thriftfeeya.....	83

B. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> TikTok Live dalam Meningkatkan Penjualan.....	88
BAB VI PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Thrift Store</i> di Kediri.....	7
Tabel 1. 2 <i>Thrift Store</i> di Kediri yang Memanfaatkan TikTok Live Berdasarkan Update Terbaru Desember 2024.....	9
Tabel 1. 3 Perbandingan Omzet Thriftfeeya Sebelum dan Setelah Menggunakan TikTok Live.....	11
Tabel 4. 1 Analisis Data Penjualan Thriftfeeya.....	73
Tabel 4. 2 Omzet Thriftfeeya Sebelum dan Setelah Memanfaatkan Metode Pembayaran TikTok Shop.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna TikTok Berdasarkan Negara	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia di Berbagai Platform	4
Gambar 2. 1 Data Pengguna <i>Live Streaming</i>	39
Gambar 4. 1 Logo <i>Thrift Shop</i> Thriftfeeya	57
Gambar 4. 2 Akun Media TikTok Thriftfeeya	57
Gambar 4. 3 Sesi <i>Live Streaming</i> Thriftfeeya	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	103
Lampiran 2: Surat Balasan Telah Melaksanakan Penelitian.....	104
Lampiran 3: Pedoman Wawancara Penelitian.....	105
Lampiran 4: Foto Dokumentasi Penelitian	108
Lampiran 5: Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing 1	111
Lampiran 6: Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing 2	112