

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI E-COMMERCE TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2021)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

TARISA

21403127

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

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2021)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

TARISA

21403127

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2021)**

Ditulis Oleh:

**TARISA
21403127**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM
NIP. 19771225 200901 2 006

Pembimbing II



Sidanatul Janah, SHI, MH
NIP. 19930316 201903 2 010

NOTA DINAS

Kediri, 3 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07- Ngeronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Tarisa

Nim : 21403127

Judul : PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1)

Bersamaan ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Siding Munaqasah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih

Wassalamua'laikum Wr.Wb

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM

NIP. 19771225 200901 2 006

Pembimbing II



Sidanatul Jannah, SHI, MH

NIP. 19930316 201903 2 010

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07- Ngeronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Tarisa

Nim : 21403127

Judul : PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1). Sesuai dengan petunjuk yang diujikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2025, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih

Wassalamua'laikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM
NIP. 19771225 200901 2 006

Pembimbing II



Sidanatul Janah, SHI, MH
NIP. 19930316 201903 2 010

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI E-COMMERCE TIKTOK SHOP
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2021)**

**Tarisa
NIM.21403127**

Telah diujikan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN)
Kediri pada tanggal 27 Juni 2025

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Yopi Yudha Utama, S.E, MSA.
NIP. 199206222019031008

()

2. Penguji I

Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP. 197712252009012006

()

3. Penguji II

M. Soleh Mauludin, S.E, MSI.
NIP. 197901302023211010

()

Kediri, 02 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri


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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tarisa

Nim : 21403127

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

Kediri, 27 Juni 2025

Yang membuat pernyataan


Tarisa
NIM.21403127

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

Artinya: Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, Apabila engkau telah selesai (dengan suatu urusan), teruskan bekerja keras (untuk urusan yang lain).

(Q.S Al-Insyirah: 6-7)

“Masa depan tidak dapat diprediksi, tetapi
Kamu dapat menciptakannya”

-Tarisa-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Sebagai bentuk rasa terima kasih, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Untuk diri saya sendiri, Tarisa. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, selalu terus berjuang, tidak menyerah dan selalu berusaha dalam proses penyusunan skripsi ini, dan tetap percaya bahwa setiap usaha pasti akan membuahkan hasil sesuai dengan harapan.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sakar dan Ibu Tati Astra. Terima kasih atas segala doa, dukungan, kasih sayang dan pengorbanan tanpa henti yang telah menjadi kekuatan utama dalam setiap langkah perjalanan pendidikan ini. Terima kasih telah menemani dan membimbing hingga penulis mencapai titik ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan agar kalian dapat menyaksikan keberhasilan anak perempuan pertama kalian. Serta tak lupa seluruh keluarga besar Kakek, Nenek, Icat dan Mamang dan Adik-adikku terima kasih atas dukungan yang telah diberikan.
3. Dosen pembimbing Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM dan Ibu Sidanatul Janah, SHI, MH yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Pengasuh pondok pesantren mahasiswa Abah Wahib dan Ibu Yuni
5. Rekan-rekan seperjuangan di bangku kuliah, Dinda dan teman-teman lainnya yang tak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menemani selama masa perkuliahan, menjadi teman dan saudara yang selalu menyemangati, mengambil banyak peran penting dibalik layar, dan kebersamaan dalam perjuangan.
6. Sahabat seperjuangan di Pondok, mbak Fara, mbak Ana, mbak Ryka, dan teman-teman pondok yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan dan motivasi yang diberikan.
7. Pemilik nama M. Yudha Azhari, penulis menyampaikan terima kasih atas peran kehadiran, dukungan serta motivasi yang diberikan dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Tarisa, NIM 21403127 Dosen Pembimbing Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM dan Sidanatul Janah, SHI, MH. “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, program studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Kediri 2025.

Kata Kunci: Motivasi, Keputusan Pembelian, *E-commerce* TikTok Shop

Motivasi merupakan dorongan internal dalam diri individu yang mendorong munculnya keinginan dan tindakan tertentu untuk mencapai suatu tujuan, salah satunya dalam membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang mencakup tahapan mulai dari pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga aktivitas pasca pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi, keputusan pembelian dan pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* TikTok Shop pada mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri angkatan 2021.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri angkatan 2021 yang melakukan pembelian di Tiktok Shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri angkatan 2021 dengan jumlah sebanyak 70 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat motivasi dan keputusan pembelian mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri berada dalam kategori cukup, dengan nilai rata-rata masing-masing 39,39 variabel X dan 40,64 variabel Y dari total 70 responden. Terdapat hubungan yang kuat antara motivasi dan keputusan pembelian di *e-commerce* Tiktok shop, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi pearson sebesar 0,694, termasuk dalam kategori kuat (interval 0,60-0,797). Hasil uji regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi $Y = 16,105 + 0,612X$ yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara motivasi terhadap keputusan pembelian. Uji t menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} sebesar $7,958 > t_{tabel} 1,985$ sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, nilai koefisien determinasi sebesar 0,482, menunjukkan 48,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh motivasi, sedangkan 51,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Institut Agama Islam Negeri Kediri.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, tentu penyusunan karya ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri
3. Bapak Dr. H Imam Anas Mushlih, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
4. Ibu Nilna Fauza, M HI selaku kepala program studi Manajemen Bisnis Syariah.
5. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Sidanatul Janah, SHI, MH selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Akademik dan Tata Usaha Khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

Dengan segala kerendahan hati, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya sehingga menjadi kontribusi yang berharga dalam dunia akademik.

Kediri, 7 Juni 2025

Penulis

Tarisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Kegunaan Penelitian	18
E. Telaah Pustaka	18
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Motivasi.....	25
1. Pengertian Motivasi.....	25
2. Jenis-Jenis Motivasi.....	26
3. Indikator-Indikator Motivasi	26
B. Keputusan Pembelian	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	28
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
4. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	33
C. Hubungan Antara Motivasi Dengan Keputusan Pembelian	34
D. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Populasi Dan Sampel.....	37
D. Variabel Penelitian.....	37
E. Definisi Operasional Variabel	38

F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Instrument Penelitian.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
1. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	49
2. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.....	53
3. Sejarah Perusahaan Tiktok	55
B. Deskripsi Data	57
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas	57
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	61
C. Analisis Deskriptif.....	62
D. Uji Asumsi Klasik	64
1. Uji Normalitas	64
2. Uji Heteroskedastisitas	65
3. Uji Autokorelasi.....	66
4. Analisis Korelasi	67
5. Uji Regresi Linier Sederhana	68
6. Uji Persial (Uji T).....	69
7. Uji Koefisien Determinasi.....	70

BAB V PEMBAHASAN

A. Motivasi Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021 Dalam Melakukan Pembelian di <i>E-Commerce</i> Tiktok Shop	72
B. Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021 Dalam Kegiatan Belanja Online di <i>E-Commerce</i> Tiktok Shop	81
C. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021	90

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA.....	95
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	98
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021-2023	4
Tabel 1.2 Data Mahasiswa Febi Angkatan 2021 Yang Melakukan Pembelian Melalui Situs <i>E-Commerce</i>	5
Tabel 1.3 Platform <i>E-Commerce</i> Yang Digunakan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2021.....	7
Tabel 1.4 Keunggulan Berbelanja Online Melalui Situs <i>E-Commerce</i> Di Indonesia	11
Tabel 1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Di <i>E-Commerce</i> Tiktok Shop	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Motivasi (X)	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X).....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X)	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.5 Tabulasi Data Variabel X Dan Y	61
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Statistic Variabel X Dan Y	62
Tabel 4.7 Kategori Variabel Motivasi (X)	63
Tabel 4.8 Kategori Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.13 Hasil Uji T	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71
Tabel 5.1 Kategori Indikator Belanja Aktivitas Yang Menarik (X) I	73
Tabel 5.2 Kategori Indikator Belanja Aktivitas Yang Menarik (X) II.....	74
Tabel 5.3 Kategori Indikator Belanja Mengatasi Kebosanan (X) I.....	75
Tabel 5.4 Kategori Indikator Belanja Mengatasi Kebosanan (X) II.....	76

Tabel 5.5 Kategori Indikator Untuk Mengikuti Trend (X) I.....	77
Tabel 5.6 Kategori Indikator Untuk Mengikuti Trend (X) II	78
Tabel 5.7 Kategori Indikator Belanja Untuk Berinteraksi (X) I.....	78
Tabel 5.8 Kategori Indikator Belanja Untuk Berinteraksi (X) II.....	79
Tabel 5.9 Kategori Indikator Belanja Saat Ada Diskon (X) I.....	80
Tabel 5.10 Kategori Indikator Belanja Saat Ada Diskon (X) II	81
Tabel 5.11 Kategori Indikator Pengenalan Kebutuhan (Y) I.....	83
Tabel 5.12 Kategori Indikator Pengenalan Kebutuhan (Y) II	83
Tabel 5.13 Kategori Indikator Pencarian Informasi (Y) I	84
Tabel 5.14 Kategori Indikator Pencarian Informasi (Y) II	85
Tabel 5.15 Kategori Indikator Evaluasi Alternatif (Y) I.....	86
Tabel 5.16 Kategori Indikator Evaluasi Alternatif (Y) II	86
Tabel 5.17 Kategori Indikator Keputusan Pembelian (Y) I.....	87
Tabel 5.18 Kategori Indikator Keputusan Pembelian (Y) II	88
Tabel 5.19 Kategori Indikator Tingkah Laku Paska Pembelian (Y) I.....	89
Tabel 5.20 Kategori Indikator Tingkah Laku Paska Pembelian (Y) II.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> Tertinggi Di Dunia 2024	2
Gambar 2.1 Proses Pembelian	29
Gambar 4.1 Logo Tiktok	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Data Skor Penelitian	101
Lampiran 3 Output Uji SPSS	106
Lampiran 4 Tabel R.....	111
Lampiran 5 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	113
Lampiran 6 Bukti Konsultasi Skripsi	114
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Data Skor Penelitian	101
Lampiran 3 Output Uji SPSS	106
Lampiran 4 Tabel R.....	111
Lampiran 5 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	113
Lampiran 6 Bukti Konsultasi Skripsi	114
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	116

