

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* TIKTOK, *FITUR*
TAG LOKASI DAN *REVIEW* TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA PRODUK MOMOYO DI
PASIR PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



**OLEH:
ARISKA AMBAR WATI
NIM : 2225075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : Ariska Ambar Wati
NIM : 2225075
JUDUL PENELITIAN : Pengaruh Promosi *Flash Sale* TikTok, *Fitur Tag*
Lokasi Dan *Riview* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
Produk Momoyo Di Pasir Pengaraian.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komperhensif Program
Studi Manajemen pada (jum'at, 27 Februari 2026) dan telah dilakukan perbaikan
sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

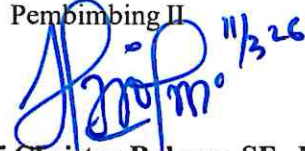
Pasir Pengaraian, 02 Maret 2026.

Pembimbing I



Dr. Hendri Kurniawan, SE., MM
NIDN. 1003078701

Pembimbing II



Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 10180067303

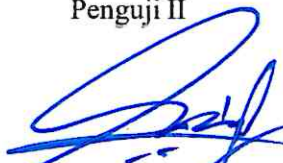
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



H. Hidayat, SE., MM., CPHCM
NIDN. 1027058603

Penguji II



Andi Afrizal, SE., M.Si., AK, CA
NIDN. 1014118301

Penguji III



Ratna Dewi, SE., MM
NIDN. 1016069401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian



Dr. Nurhayati, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ariska Ambar Wati
Nomor Mahasiswa : 2225075
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Flash Sale TikTok*, *Fitur tag*
Lokasi dan *Review* Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Produk Momoyo di Pasir
Pengaraian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 04 Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan



(Ariska Ambar Wati)

ABSTRACT

Ariska Ambar Wati, 2225075, 2026. Pengaruh Promosi *Flash Sale* TikTok, *Fitur tag* Lokasi dan *Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Momoyo di Pasir Pengaraian.

Pembimbing Pertama : Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM

Pembimbing Kedua : Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si.

The rapid growth of *TikTok* as a social media platform has encouraged business actors to utilize digital marketing strategies to increase consumer purchase intention. *TikTok Shop* features such as *Flash Sale* promotions, location *tags*, and consumer *Reviews* play an important role in attracting attention and building consumer trust toward local products, including Momoyo in Pasir Pengaraian. This study aims to analyze the effect of *TikTok Flash Sale* promotions, location *tag* features, and *Reviews* on consumer purchase intention, both partially and simultaneously. This research employs a quantitative method with a survey approach. The population of this study consists of Momoyo consumers who have made purchases through *TikTok Shop*, with a sample of 98 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results indicate that *TikTok Flash Sale* promotions, location *tags*, and *Reviews* have a positive and significant effect on consumer purchase intention. This study concludes that the optimal utilization of *TikTok Shop* features can enhance consumer purchase intention toward Momoyo products in Pasir Pengaraian.

Keywords: *TikTok Flash Sale*, *Location Tag*, *Review*, Purchase Intention

ABSTRAK

Ariska Ambar Wati, 2225075, 2026. Pengaruh Promosi *Flash Sale TikTok*, *Fitur tag* Lokasi dan *Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Momoyo di Pasir Pengaraian.

Pembimbing Pertama : Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM

Pembimbing Kedua : Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si.

Perkembangan media sosial *TikTok* mendorong pelaku usaha memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Fitur TikTok Shop* seperti promosi *Flash Sale*, *tag* lokasi, dan *Review* konsumen menjadi sarana penting dalam menarik perhatian serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk lokal, termasuk Momoyo di Pasir Pengaraian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi *Flash Sale TikTok*, *fitur tag* lokasi, dan *Review* terhadap minat beli konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah konsumen Momoyo yang pernah melakukan pembelian melalui *TikTok Shop*, dengan sampel sebanyak 98 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi *Flash Sale TikTok*, *fitur tag* lokasi, dan *Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan *fitur TikTok Shop* secara optimal dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Momoyo di Pasir Pengaraian.

Kata Kunci: *Flash Sale TikTok*, *Tag* Lokasi, *Review*, Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi *Flash Sale TikTok*, *Fitur tag* Lokasi dan *Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Momoyo di Pasir Pengaraian”.

Pada kesempatan ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Dr. Nurhayati, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Dr. Hendry Kurniawan, SE,MM selaku pembimbing I yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Semua rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen angkatan 2022 dan semua pihak yang telah membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai tepat waktunya.
8. Pintu surgaku, Ibunda tercinta Eka Susana, S.Pd. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk materi, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi pengingat dan penguat paling hebat. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
9. Terakhir, kepada diri saya sendiri Ariska Ambar Wati. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, keraguan dan air mata. Berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri. Apresiasi bahwa bisa menyelesaikan studi ini. Dengan kurang dan lebihmu mari merayakan keberanian itu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan kedepannya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi mahasiswa maupun pembaca.

Pasir Pengaraian, 04 Februari 2026

Ariska Ambar Wati
NIM. 2225075

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Flash Sale</i>	18
2.1.2 <i>Fitur tag</i> Lokasi.....	20
2.1.3 <i>Review</i> (Ulasan Konsumen)	22
2.1.4 Minat Beli Konsumen.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.4 Teknik Pengambilan Data	35
3.4.1 Skala Pengukuran	36
3.5 Defenisi Operasional.....	37
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Kualitas Instrumen.....	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Uji Normalitas.....	44
3.7.2 Uji Multikolinearitas	45
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	45
3.7.4 Uji Autokorelasi	46
3.7.5 Analisis Regresi Berganda	46
3.8 Uji Hipotesis.....	47
3.8.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	47
3.8.2 Uji Simultan (F)	48
3.8.3 Koefisien Detirminasi (R ²).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Sejarah singkat Momoyo Pasir Pengaraian	50
4.1.2 Sturuktur Organisasi Momoyo Pasir Pengaraian	51
4.1.3 Visi Dan Misi Momoyo Pasir Pengaraian	53
4.1.4 Tinjauan Objek Penelitian	54
4.1.5 Layanan Utama <i>TikTok</i>	55

4.2	Karakteristik Responden	56
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.3	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.....	58
4.3	Analisis Data Penelitian	59
4.3.1	Hasil Uji Validitas	59
4.3.2	Uji Reliabilitas	60
4.4	Tingkat Capaian Responden.....	61
4.4.1	Tanggapan Responden terhadap <i>Flash Sale</i> (X1).....	61
4.4.2	Tanggapan Responden terhadap <i>Tag</i> Lokasi (X2).....	61
4.4.3	Tanggapan Responden terhadap <i>Review</i> (X3)	62
4.4.4	Tanggapan Responden terhadap Minat Beli (Y).....	63
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	64
4.5.2	Hasil Uji Multikolinieritas	65
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
4.5.4	Hasil Uji Autokorelasi	66
4.5.5	Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.6	Pengujian Hipotesis	69
4.6.1	Uji T (Parsial).....	69
4.6.2	Uji F Simultan	70
4.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.7	Pembahasan.....	72
4.7.1	Pengaruh <i>Flash Sale TikTok</i> (X1) terhadap Minat Beli (Y) Konsumen pada Produk Momoyo di Pasir Pengaraian	72

4.7.2	Pengaruh <i>Fitur tag</i> Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	74
4.7.3	Pengaruh <i>Review</i> (X3) Terhadap Minat Beli (Y).....	75
4.7.4	Pengaruh <i>Flash Sale</i> , <i>fitur tag</i> lokasi, dan <i>review</i> terhadap Minat Beli	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Produk Penjualan Momoyo Pasir Pengaraian Pemanfaatan TikTok 2025.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Penjualan Es Krim di Pasir Pengaraian	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala likert	36
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian.....	40
Tabel 3. 4 Klasifikasi Koefisien Reabilitas	43
Tabel 3. 5 Nilai Tingkat Capaian Responden.....	44
Tabel 3. 6 Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Flash Sale (X1)	61
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Tag Lokasi (X2).....	62
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Review (X3)	63
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Y)	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68

Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Varian Produk Bingxue	5
Gambar 1. 2 Konten Promosi Lumi	5
Gambar 1. 3 Tampilan Data Akun Momoyo Pasir Pengaraian di <i>TikTok Shop</i>	6
Gambar 1. 4 Tampilan Data Akun Bingxue Pasir Pengaraian di <i>TikTok Shop</i>	6
Gambar 1. 5 Tampilan Promosi Lumi <i>Ice Cream</i> Pasir Pengaraian di <i>TikTok</i>	6
Gambar 1. 6 Promosi Falsh Sale Momoyo Pasir Pengaraian	7
Gambar 1. 7 <i>Fitur Tag</i> Lokasi pada <i>TikTok</i>	9
Gambar 1. 8 <i>Review</i> Positif Produk Momoyo Pasir Pengaraian.....	10
Gambar 1. 9 <i>Review</i> Negatif dari Momoyo	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Momoyo Pasir Pengaraian.....	51
Gambar 4. 2 Logo Momoyo Ice Cream.....	54
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	57