

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *DISCOUNT LIVE*
DALAM MEMENUHI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
FASHION DI *TIKTOK SHOP* DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
DI UNIVERSITAS MIKROSKIL**

SKRIPSI

Oleh:

**SAINT JOSHUA M SITOMPUL
NIM. 222111302
STEVEN LIE
NIM. 222110244**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND LIVE DISCOUNTS
IN FULFILLING CONSUMER SATISFACTION OF FASHION
PRODUCTS IN TIKTOK SHOP WITH PURCHASING
DECISIONS AS AN INTERVENING VARIABLE
AT MIRKOSKIL UNIVERSITY***

THESIS

By:

SAINT JOSHUA M SITOMPUL

NIM. 222111302

STEVEN LIE

NIM. 222110244



***MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF BUSINESS AND HUMANITIES
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026***

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *DISCOUNT LIVE*
DALAM MEMENUHI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
FASHION DI *TIKTOK SHOP* DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
DI UNIVERSITAS MIKROSKIL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

SAINT JOSHUA M SITOMPUL

NIM. 222111302

STEVEN LIE

NIM. 222110244

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Hanny Siagian, S.E., M.S.i.

Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.S.i.

Medan, 31 Juli 2026

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Christine, S.M, M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 222111302
Nama : Saint Joshua M Sitompul
NIM : 222110244
Nama : Steven Lie

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Discount Live* Dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Produk *Fashion* di *TikTok Shop* Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* di Universitas Mikroskil.

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan
Alamat Penelitian : Jl. M.H Thamrin No.140, Pusat Ps., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 31 Juli 2026

Saya yang membuat pernyataan


Saint Joshua M Sitompul

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 222111302
Nama : Saint Joshua M Sitompul
NIM : 222110244
Nama : Steven Lie

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Discount Live* Dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Produk *Fashion* di *TikTok Shop* Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* di Universitas Mikroskil.

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan

Alamat Penelitian : Jl. M.H Thamrin No.140, Pusat Ps., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 31 Juli 2026

Saya yang membuat pernyataan



Steven Lie

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing* dan *Discount Live* terhadap Kepuasan Konsumen produk *fashion* di *TikTok Shop* dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel *Intervening* pada mahasiswi Universitas Mikroskil. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden yang merupakan mahasiswi Universitas Mikroskil dan pernah melakukan pembelian produk *fashion* di *TikTok Shop*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* dan *Discount Live* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya, Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu, *Digital Marketing* dan *Discount Live* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, baik secara langsung maupun melalui Keputusan Pembelian sebagai variabel *Intervening*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi *Digital Marketing* yang efektif serta pemberian discount saat *live streaming* mampu meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen terhadap produk *fashion* di *TikTok Shop*.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Discount Live*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen, *TikTok Shop*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Digital Marketing and Discount Live streaming on consumer satisfaction with fashion products on TikTok Shop, with purchase decisions as an Intervening variable among female students at Mikroskil University. This study used quantitative methods by distributing questionnaires to 96 respondents, all female students at Mikroskil University who had previously purchased fashion products on TikTok Shop. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that Digital Marketing and Discount Live streaming have a positive and significant effect on purchase decisions. Furthermore, purchase decisions have a positive and significant effect on consumer satisfaction. Furthermore, Digital Marketing and Discount Live streaming also have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both directly and through purchase decisions as an Intervening variable. The results of this study indicate that implementing effective Digital Marketing strategies and offering discounts during live streaming can increase consumer purchase decisions and satisfaction with fashion products on TikTok Shop.

Keywords: Digital Marketing, Discount Live streaming, Purchase Decisions, Consumer Satisfaction, TikTok Shop.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Discount Live* dalam memenuhi Kepuasan Konsumen Produk *Fashion* di TikTok dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening* di Universitas Mikroskil”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk bisa menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moral dan juga material. Maka, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, bimbingan, saran, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, bimbingan, kritik dan saran dalam penyusunan tugas akhir ini
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu, bimbingan dan berbagi pengalaman yang berharga kepada penulis.
7. Orang tua saya yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang dan memberikan dukungan penuh bagi saya baik secara moral dan juga material, sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Adik-adik saya yang juga selalu mendukung saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.
9. Terima kasih kepada kekasih saya yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta semangat tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan

dukungan yang diberikan menjadi salah satu kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Terutama kepada diri sendiri yang telah berhasil bertahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman dan sahabat yang saling memberikan semangat dan dukungan, baik dalam masa perkuliahan maupun penyusunan tugas akhir ini.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam menulis tugas akhir ini, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar dijadikan sebagai bahan perbaikan untuk ke depannya. Dengan demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Medan, 10 Juli 2026

Penulis,

Saint Joshua M Sitompul
Steven Lie

DAFTAR ISI

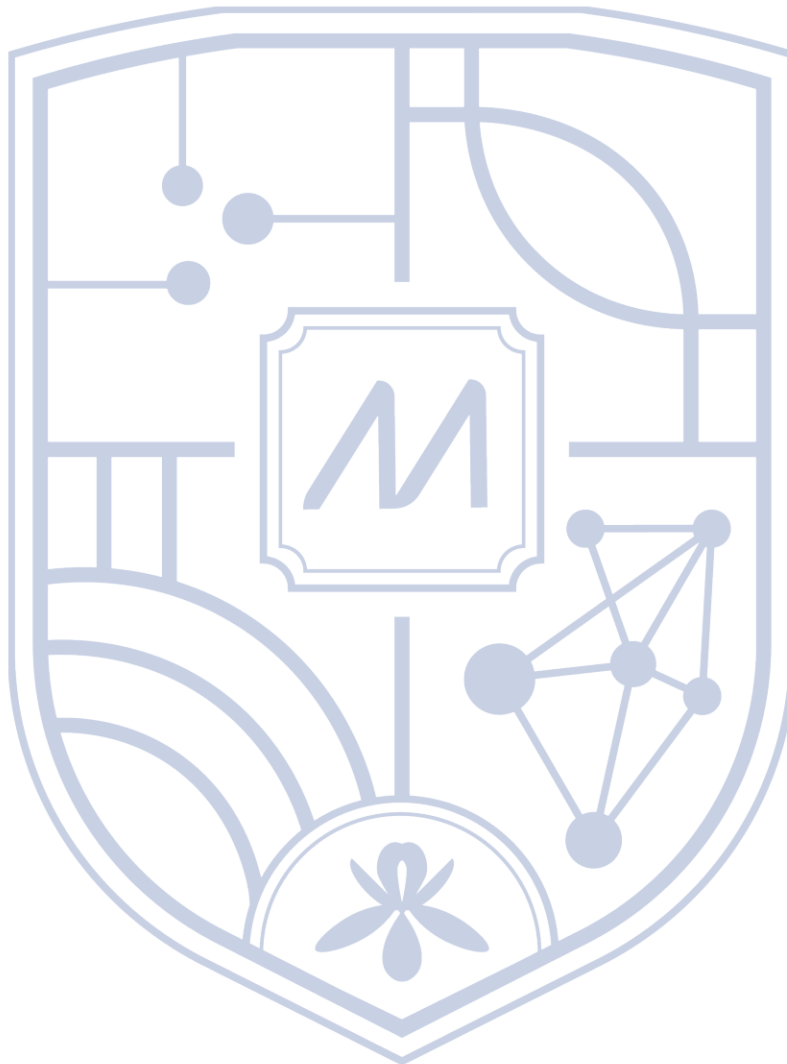
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Ruang Lingkup.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Orisinalitas Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Pemasaran.....	12
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	12
2.1.1.2. Manajemen.....	13
2.1.1.3. Strategi Pemasaran.....	13
2.1.1.4. Bauran Pemasaran.....	14
2.1.1.5. Bisnis <i>Digital</i>	17
2.1.1.6. Media Sosial	20
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	21
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.1.2.2. Manfaat Keputusan Pembelian	22
2.1.2.3. Tahapan Dalam Proses Keputusan Pembelian	22
2.1.2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23

2.1.2.5. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.1.3. Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	25
2.1.3.2. Faktor-Faktor Penting Kepuasan Konsumen	26
2.1.3.3. Manfaat Kepuasan Konsumen	26
2.1.3.4. Unsur-Unsur Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.3.5. Indikator Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.4. <i>Discount Live</i>	30
2.1.4.1. Pengertian <i>Discount Live</i>	30
2.1.4.2. Manfaat <i>Discount Live</i>	31
2.1.4.3. Faktor <i>Discount Live</i>	32
2.1.4.4. Indikator <i>Discount Live</i>	33
2.1.5. <i>Digital Marketing</i>	34
2.1.5.1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	34
2.1.5.2. Strategi <i>Digital Marketing</i>	35
2.1.5.3. Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	36
2.1.5.4. Indikator <i>Digital Marketing</i>	37
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Kerangka Konseptual.....	42
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Jenis Penelitian	49
3.2. Objek Penelitian.....	49
3.3. Metode Pengumpulan Data	49
3.4. Populasi dan Sampel	52
3.4.1. Populasi	52
3.4.2. Sampel.....	52
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	54
3.6. Metode Analisis Data.....	57
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	57
3.6.2. Evaluasi Model Pengukuran.....	57
3.6.2.1. Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	58

3.6.2.2. Uji Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	58
3.6.2.3. Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>).....	59
3.6.3. Evaluasi Model Struktur (<i>Inner Model</i>)	59
3.6.4. Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	60
3.6.5. Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil	62
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	62
4.1.1.1. Sejarah Umum Perusahaan	62
4.1.2. Pengiriman dan Penerimaan Kuesioner	63
4.1.3. Gambaran Umum Responden	64
4.1.4. Analisis Statistik Deskriptif	65
4.1.5 Deskriptif Variabel Penelitian	67
4.1.5.1 <i>Digital Marketing</i> (X1)	67
4.1.5.2 <i>Discount Live</i> (X2).....	67
4.1.5.3 Keputusan Pembelian (Z)	69
4.1.5.4 Kepuasan Konsumen (Y).....	70
4.1.6. Analisis Model Pengukuran Outer Model.....	71
4.1.6.1 Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	71
4.1.6.2 Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	74
4.1.6.3 Uji Composite Reliability	75
4.1.7 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	77
4.1.7.1 Uji Coefficient of Determination (<i>R-Square</i>)	77
4.1.8. Uji Hipotesis.....	78
4.2. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP.....	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	44
Gambar 4.1. Model Pengukuran Outer Model.....	71
Gambar 4.2. Model Pengukuran Struktur (Inner Model).....	77



DAFTAR TABEL

Table 1.1. Hasil Prasurvei Keputusan Pembelian Produk Fashion di TikTok Shop ...	3
Table 1.2. Hasil Prasurvei Kepuasan Konsumen Produk Fashion di TikTok Shop	4
Table 1.3. Hasil Prasurvei Discount Live pada Produk Fashion di TikTok Shop	5
Table 1.4. Hasil Prasurvei Digital Marketing pada Produk Fashion di TikTokShop ..	6
Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1. Skala Likert	50
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 3.3. <i>Goodness of Fit</i>	60
Tabel 4.1. Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	64
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3. Distribusi Jawaban Responden terhadap Digital Marketing (X1)	67
Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Responden terhadap Discount Live (X2)	68
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian (Z)	69
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	70
Tabel 4.7. Outer Loading	72
Tabel 4.8. Cross loading	74
Tabel 4.9. Composite Reliability, Cronbach's Alpha dan AVE	75
Tabel 4.10. Nilai R-Square	78
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung	79
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	105
Lampiran 3 Output SmartPLS.....	109

