

PENGARUH PROGRAM DISKON TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG EMAS PERHIASAN DI TIKTOK SHOP

DAFA ASWANGGA PUTRA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Program Diskon terhadap Niat Pembelian Ulang Emas Perhiasan di Tiktok Shop” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Dafa Aswangga Putra
K1401221008



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

DAFA ASWANGGA PUTRA. Pengaruh Program Diskon terhadap Niat Pembelian Ulang Emas Perhiasan di Tiktok Shop. Dibimbing oleh RETNANINGSIH.

Perkembangan *social commerce* TikTok Shop membuka peluang baru bagi konsumen untuk memanfaatkan program diskon untuk melakukan pembelian emas fisik. Penelitian ini menganalisis pengaruh program diskon, *perceived value*, dan *satisfaction* terhadap niat pembelian ulang emas perhiasan di TikTok Shop. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode *purposive sampling* terhadap konsumen yang pernah membeli dan menjual kembali emas perhiasan tersebut melalui program diskon. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif berbasis nilai indeks dan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan seluruh hipotesis diterima. Program diskon berpengaruh signifikan terhadap *perceived value*. *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*. *Satisfaction* dan program diskon masing-masing berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang. Ketiga variabel mampu menjelaskan sebagian besar variasi niat pembelian ulang. Temuan ini menegaskan peran strategis diskon sebagai stimulus yang membentuk persepsi nilai investasi dan mendorong niat pembelian ulang secara berkelanjutan dalam ekosistem *social commerce*.

Kata kunci: niat pembelian ulang, *perceived value*, program diskon, *satisfaction*, TikTok Shop.

ABSTRACT

DAFA ASWANGGA PUTRA. The Effect of Discount Programs on Repurchase Intention for Gold Jewelry on TikTok Shop. Supervised by RETNANINGSIH.

The growth of TikTok Shop as a social commerce platform has created new opportunities for consumers to purchase physical gold jewelry through discount programs. This study examines the effects of discount programs, perceived value, and satisfaction on consumers' repurchase intention for gold jewelry on TikTok Shop. A quantitative approach was employed using purposive sampling of consumers who had purchased and resold gold jewelry through discount programs. The data were analyzed using descriptive analysis and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that all proposed hypotheses were supported. Discount programs significantly influence perceived value, which in turn significantly affects satisfaction. Both satisfaction and discount programs also have significant positive effects on repurchase intention. These findings emphasize the strategic role of discount programs in enhancing perceived investment value and encouraging sustained repurchase intention within the social commerce ecosystem.

Keywords: discount program, perceived value, repurchase intention, satisfaction, TikTok Shop.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH PROGRAM DISKON TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG EMAS PERHIASAN DI TIKTOK SHOP

DAFA ASWANGGA PUTRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.
2. Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.



Judul Skripsi

: Pengaruh Program Diskon terhadap Niat
Pembelian Ulang Emas Perhiasan di Tiktok Shop

Nama

: Dafa Aswangga Putra

NIM

: K1401221008

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing

Dr. Retnaningsih, M.Si.

NIP 1963111219891032001



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:
(14 Juli 2026)

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Agustus 2026 ini ialah pemasaran, dengan judul “Pengaruh Program Diskon terhadap Niat Pembelian Ulang Emas Perhiasan di Tiktok Shop”. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si. yang telah membimbing dan memberikan arahan, bantuan, saran, serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. selaku dosen penggerak yang telah kebersamai, membimbing, dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis selama perkuliahan.
3. Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari S.E., M.S.M. selaku dosen seminar dan Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. serta Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan evaluasi untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Keluarga (Mama, Bapak, Nadya, Prima, dan Veena) yang senantiasa memberikan dukungan dan mendampingi penulis.
5. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Sekolah Bisnis atas ilmu, pengalaman, dukungan, dan pelayanan yang membantu penulis menyelesaikan proses perkuliahan.
6. Teman-teman dekat penulis selama perkuliahan yaitu Cheryn, Difla, Dipa, Fatih, Khalim, Najwa, Novita, dan Sally yang telah kebersamai dan memberikan bantuan serta dukungan tanpa henti selama masa perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi.
7. Kucing-kucing penulis yakni Gendut, Misel, Kila, Piel, Mora, Gosong, Reog, Leo, dan Clara yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan mental serta emosional kepada penulis.
8. Teman-teman sebimbingan dan keluarga besar Sekolah Bisnis IPB 59 yang telah menjadi teman seperjuangan dan berbagi pengalaman yang berharga.
9. Seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan kebersamai penulis selama masa perkuliahan serta proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Dafa Aswangga Putra



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory</i>	7
2.2 Program Diskon	8
2.3 <i>Social Commerce</i>	10
2.4 Niat Pembelian Ulang	11
2.5 Kerangka Pemikiran Konseptual	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2 Jenis, Sumber, dan Cara Pengambilan Data	15
3.3 Metode Penentuan Responden	15
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	16
3.5 Variabel Operasional	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Identifikasi Karakteristik Responden	21
4.2 Pengaruh Program Diskon, <i>Perceived Value</i> , dan <i>Satisfaction</i> terhadap Niat Pembelian Ulang	25
4.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS)</i>	30
4.4 Implikasi Manajerial	40
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

1	Rincian proses data <i>screening</i> dan data <i>cleaning</i>	16
2	Pengkategori nilai indeks	17
3	<i>Rules of thumb outer model</i>	18
4	<i>Rules of thumb inner model</i>	18
5	Variabel operasional penelitian	19
6	Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografis	21
7	Sebaran responden berdasarkan karakteristik perilaku	23
8	Sebaran responden berdasarkan variabel program diskon	25
9	Sebaran responden berdasarkan variabel <i>perceived value</i>	27
10	Sebaran responden berdasarkan variabel <i>satisfaction</i>	28
11	Sebaran responden berdasarkan variabel niat pembelian ulang	29
12	Hasil uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) pada variabel penelitian	30
13	Hasil uji <i>fornell-larcker criterion</i> pada variabel penelitian	31
14	Hasil uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> pada variabel penelitian	33
15	Hasil uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) pada indikator penelitian	34
16	Hasil uji hipotesis penelitian	36
17	Hasil uji <i>R-Square Adjusted</i> pada variabel penelitian	38
18	Implikasi manajerial melalui kerangka RACE	40

DAFTAR GAMBAR

1	Nilai transaksi bruto atau <i>Gross Merchandise Value</i> (GMV) TikTok Shop 2024 (Databoks 2025)	1
2	Kerangka penelitian	13
3	Hipotesis penelitian	14

DAFTAR LAMPIRAN

1	Penyebaran Kuesioner	61
2	Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	62
3	Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	63