

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TIKTOK TERHADAP
PURCHASE DECISION PETANI PADA PUPUK ORGANIK
JIMMY HANTU MELALUI *PERCEIVED VALUE***

NAURA TAQIYYA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
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 *Social Media Marketing* TikTok terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu melalui *Perceived Value*” 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, Juli 2026

Naura Taqiyya
H2401221096



@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

NAURA TAQIYYA. Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu Melalui *Perceived Value*. Dibimbing oleh MIMIN AMINAH.

Ketergantungan terhadap pupuk kimia menjadi tantangan dalam produktivitas dan keberlanjutan lahan pertanian, sehingga mendorong munculnya pupuk organik sebagai alternatif ramah lingkungan. Pertumbuhan pasar pupuk organik nasional yang terus meningkat mendorong semakin banyak produsen masuk ke pasar ini, sehingga persaingan antarprodusen menjadi semakin ketat dan menuntut strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif, termasuk pemanfaatan media sosial TikTok, seperti yang dilakukan produsen pupuk organik Jimmy Hantu. Namun, pertumbuhan pengikut akun TikTok Jimmy Hantu belum sepenuhnya berhasil dikonversi menjadi penjualan, sehingga penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *social media marketing* (SMM) TikTok terhadap *purchase decision* (PD) petani pada pupuk organik Jimmy Hantu, dengan *perceived value* (PV) sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 151 responden petani pengguna produk yang dipilih melalui purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMM berpengaruh positif dan signifikan terhadap PV maupun PD, sementara PV juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap PD serta terbukti memediasi secara parsial hubungan antara SMM dan PD. Temuan ini mengindikasikan bahwa interaktivitas produsen di TikTok menjadi pendorong utama pembentukan nilai yang dirasakan dan keputusan pembelian petani.

Kata kunci: *organic fertilizer, perceived value, purchase decision, social media marketing, TikTok.*



ABSTRACT

NAURA TAQIYYA. The Influence of Social Media Marketing on Farmers' Purchase Decision of Jimmy Hantu Organic Fertilizer Through Perceived Value. Supervised by MIMIN AMINAH.

Dependence on chemical fertilizers remains a challenge to agricultural productivity and land sustainability, driving the emergence of organic fertilizers as an environmentally friendly alternative. The continuous growth of the national organic fertilizer market has drawn increasingly more producers into this market, intensifying competition among producers and demanding innovative and adaptive marketing strategies, including the use of TikTok, as practiced by organic fertilizer producer Jimmy Hantu. However, the growth of Jimmy Hantu's TikTok followers has not been fully converted into sales, so this study aims to analyze the effect of TikTok social media marketing (SMM) on farmers' purchase decisions (PD) for Jimmy Hantu organic fertilizer, with perceived value (PV) as a mediating variable. This study used a quantitative approach involving 151 farmer respondents who use the product, selected through purposive sampling, with data analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results show that SMM has a positive and significant effect on both PV and PD, while PV also has a positive and significant effect on PD and is proven to partially mediate the relationship between SMM and PD. These findings indicate that producer interactivity on TikTok is the primary driver in shaping farmers' perceived value and purchase decisions.

Keywords: organic fertilizer, perceived value, purchase decision, social media marketing, TikTok.



@Hak cipta milik IPB University

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.

© 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.



@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.

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TIKTOK TERHADAP
PURCHASE DECISION PETANI PADA PUPUK ORGANIK
JIMMY HANTU MELALUI *PERCEIVED VALUE***

NAURA TAQIYYA

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

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.
- 2 Rindang Matoati, S.E., M.Sc.



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

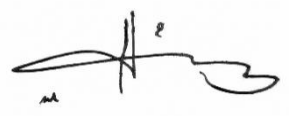


Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* TikTok terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu Melalui *Perceived Value*

Nama : Naura Taqiyya
NIM : H2401221096

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.
NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
17 Juli 2026

Tanggal Lulus:



@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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Juni 2026 ini ialah mengenai aktivitas pemasaran di TikTok yang memengaruhi keputusan pembelian petani pada pupuk organik, dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* TikTok terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu Melalui *Perceived Value*”.

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam menyusun karya ilmiah ini yaitu:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Wasito dan Ibu Mimi Jamilah, yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan penuh, dan doa atas kelancaran serta kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis selama proses penyusunan hingga penyelesaian karya ilmiah ini.
3. Seluruh dosen dan staf Departemen Manajemen IPB atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan dengan baik selama masa perkuliahan.
4. Pak Arief dan tim Jimmy Hantu serta semua responden yang sangat membantu penulis dalam pengumpulan data penelitian sehingga mempercepat proses penyelesaian karya ilmiah ini.
5. Sahabat Amidis (Caca, Haaniyah, Ilmi, Kaylifa, Khaila, dan Mitha) yang telah menjadi sahabat sekaligus teman seperjuangan sejak Sekolah Dasar (SD) hingga masa perkuliahan ini. Terima kasih telah memberikan motivasi dan mendoakan penulis dalam setiap proses yang penulis lalui.
6. Teman-teman Enam L (Ama, Cansa, Dinda, Farah, Nana, Sabila, dan Shafiyya) yang telah menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga di tahap ini, khususnya Farah dan Cansa sebagai teman seperjuangan di Manajemen.
7. Teman-teman sekelompok bimbingan (Anida, Anggi, Hasna, Intan, Rafa, Sekar, dan Yohan) yang telah berjuang bersama selama proses penyusunan karya ilmiah dari awal hingga akhir.
8. Teman-teman Manajemen 59 sebagai teman seangkatan yang telah menjadi bagian teman seperjuangan penulis di masa perkuliahan.

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

Bogor, Juli 2026

Naura Taqiyya



@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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Definisi Manajemen Pemasaran	8
2.2 Media Sosial TikTok	8
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	9
2.4 <i>Perceived Value</i>	10
2.5 <i>Purchase Decision</i>	11
2.6 Pupuk Organik	12
2.7 Penelitian Terdahulu	13
2.8 Model dan Hipotesis Penelitian	16
III. METODE	18
3.1 Kerangka Pemikiran	18
3.2 Waktu dan Tempat	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Penarikan Sampel	20
3.5 Definisi Operasional	21
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	22
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	26
4.2 Karakteristik Responden	31
4.3 Perilaku Pengguna Pupuk Organik Jimmy Hantu	33
4.4 Perilaku Pengguna TikTok	35
4.5 Analisis Deskriptif	36
4.6 Analisis SEM-PLS	40
4.7 Implikasi Manajerial	52
V. SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP	73



DAFTAR TABEL

1	Perbandingan TikTok Jimmy Hantu dengan kompetitor	4
2	Kondisi <i>existing</i> pada merek pupuk organik pesaing	12
3	Penelitian terdahulu	13
4	Definisi operasional	21
5	Bobot nilai skala <i>likert</i>	23
6	Rentang skala <i>likert</i> penilaian persepsi	24
7	Perbandingan Produktivitas dan Keuntungan Petani Pengguna Pupuk	28
8	Analisis performa akun TikTok bulan Maret–Juni 2026	30
9	Karakteristik responden	31
10	Karakteristik pengguna pupuk jimmy hantu	33
11	Karakteristik pengguna TikTok	35
12	Analisis deskriptif variabel <i>social media marketing</i>	36
13	Analisis deskriptif variabel <i>perceived value</i>	37
14	Analisis deskriptif variabel <i>purchase decision</i>	39
15	Nilai <i>loading factor</i>	42
16	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	44
17	Nilai <i>cross loading</i>	45
18	Nilai <i>heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	46
19	Nilai <i>cronbach's Alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	46
20	Nilai <i>R-Square</i>	47
21	Nilai <i>path coefficient</i> untuk <i>direct effects</i>	48
22	Nilai <i>path coefficient</i> untuk <i>indirect effects</i>	51

DAFTAR GAMBAR

1	Pupuk organik/hayati & pembenah tanah yang terdaftar di Indonesia (Data diolah dari Ditjen PSP 2025)	2
2	Lima negara pengguna TikTok terbanyak di dunia (Data diolah dari We Are Social 2025a)	3
3	Model Penelitian	17
4	Kerangka pemikiran	19
5	Produk pupuk Jimmy Hantu	26
6	Jumlah pupuk Jimmy Hantu kemasan 1000ml yang terjual periode	27
7	Logo CV Mutiara Keraton Jimmy & Co Trans Bisnis Indonesia	29
8	Akun TikTok dan TikTok shop @jimmyhantuofficial1	30
9	Hasil <i>Outer Model</i>	41
10	<i>Outer model</i> setelah <i>dropping</i>	42
11	Hasil <i>bootstrapping</i>	48



DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Surat izin penelitian dan pengumpulan data di CV Mutiara Keraton	63
2	Lampiran 2 Kuesioner penelitian	64
3	Lampiran 3 Tabel hasil uji validitas variabel <i>social media marketing</i> , <i>perceived value</i> , dan <i>purchase decision</i> .	71
4	Lampiran 4 Tabel hasil uji reliabilitas variabel <i>social media marketing</i> , <i>perceived value</i> , dan <i>purchase decision</i> .	72

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.