

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI ANAK USAHA  
PT PRATAMA WISATA LINTASNUSA (JALANKEBROMO)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**



Oleh :  
**PRISTA AJENG INDANA ZULFA**  
NIM . 362093301118

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV  
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI  
2024**

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI ANAK USAHA  
PT PRATAMA WISATA LINTASNUSA (JALANKEBROMO)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**



**Tugas Akhir Dibuat dan Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Kelulusan Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan Mencapai  
Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par)**

**Oleh :  
PRISTA AJENG INDANA ZULFA  
NIM . 362093301118**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV  
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI  
2024**

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan harapan. Dalam prosesnya, Tugas Akhir ini tentu tidak luput dari campur tangan beberapa pihak. Dengan rasa syukur dan terima kasih, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan keteguhan hati sehingga mampu mengerjakan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua saya Bapak Jaenal dan Ibu Erni, selaku kedua orang tua penulis. Diucapkan terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan batin, materi, dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mencapai titik ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu sehat, bahagia, dan semua berkah yang diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT dengan cara sebaik-baiknya.
3. Kepada saudara – saudara dan adik saya, terima kasih atas dukungan, motivasi, dan saran yang diberikan kepada penulis hingga saat ini sabar menghadapi dan membimbing penulis. Semoga selalu diberikan kebahagiaan dan kesuksesan dalam kehidupan.
4. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan motivasi, masukan dan juga semangat untuk mengerjakan Tugas Akhir ini dengan baik.
5. Serta seluruh ucapan terima kasih penulis ucapkan untuk semua orang yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis, tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu dan berusaha hingga berada di titik ini.

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

## MOTTO

Dan jadikanlah salat dan sabar sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu,  
sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk.

(QS. Al-Baqarah (2): 45)

*Think positive and then positive thing will come to you.*

(Dwihandaanda)

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Prista Ajeng Indana Zulfa

NIM : 362093301118

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Promosi Media Sosial *TikTok* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Di Anak Usaha PT Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo)”** adalah benar-benar karya sendiri, kecuali ketika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan merupakan karya jiplakan/plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 25 Mei 2024

Yang menyatakan,

  
9AFD3ALX196452603  
Prista Ajeng Indana Zulfa  
NIM. 362093301118

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI ANAK USAHA PT PRATAMA WISATA LINTASNUSA (JALANKEBROMO)

Tugas Akhir Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Terapan Pariwisata (S.Tr.Par)  
Politeknik Negeri Banyuwangi

Oleh :

Prista Ajeng Indana Zulfa

NIM. 362093301118

Tanggal Ujian : 10 JUN 2024

Menyetujui,

Pembimbing 1 : Aprilia Divi Yustita, S.Si., M.Si.

(.....)

Pembimbing 2 : Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc.

(.....)

Penguji 1 : Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si.

(.....)

Penguji 2 : Reni Nur Jannah, S.ST., M.Par.

(.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Pariwisata



Adeitya Prananda Putra, S.ST., M.M.

NIP. 198912262018031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Bisnis Pariwisata



Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

NIP. 199006142022031003

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

# **PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI ANAK USAHA PT PRATAMA WISATA LINTASNUSA (JALANKEBROMO)**

Nama Mahasiswa : Prista Ajeng Indana Zulfa  
NIM : 362093301118  
Pembimbing : 1. Aprilia Divi Yustita, S.Si., M.Si.  
2. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc

## **ABSTRAK**

Jalankebromo merupakan biro perjalanan wisata melayani berbagai jenis *tour* diantaranya adalah *open trip*, *private trip*, dan sewa jeep yang berada di bawah naungan perusahaan PT. Pratama Wisata Lintasnusa. Jalankebromo memutuskan untuk menggunakan media sosial *TikTok* sebagai sarana promosi paket wisata yang disediakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial *TikTok* (X) terhadap keputusan pembelian paket wisata (Y) di anak usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu kuantitatif dan menggunakan 96 responden. Metode penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linear sederhana, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi media sosial *TikTok* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di anak usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo) dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 11.957 > t_{tabel} 1,989$  yang memiliki signifikansi 0,05 yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,603 sehingga dapat diketahui bahwa pengaruh promosi media sosial *TikTok* terhadap keputusan pembelian paket wisata sebesar 60,3%. Dengan demikian *TikTok* menjadi media promosi yang efektif dalam promosi paket wisata Jalankebromo.

**Kata Kunci :** *Promosi, TikTok, Keputusan Pembelian, Biro Perjalanan Wisata, Bromo*

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

# **THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS FOR TOUR PACKAGES AT THE SUBSIDIARY OF PT PRATAMA WISATA LINTASNUSA (JALANKEBROMO)**

*By* : Prista Ajeng Indana Zulfa  
*Student Identity Number* : 362093301118  
*Supervisor* : 1. Aprilia Divi Yustita, S.Si., M.Si  
2. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc.

## ***ABSTRACT***

*Jalankebromo is a travel agency serving various types of tours including open trips, private trips and jeep rentals under the auspices of the company PT. Pratama Wisata Lintasnusa. Jalankebromo decided to use TikTok social media as a means of promoting the tour packages provided. The purpose of this research is to determine the influence of TikTok's social media promotion (X) on the decision to purchase a tour package (Y) at a subsidiary of PT. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo). The research approach used in the research was quantitative and used 96 respondents. This research method uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and simple linear regression tests, with a sampling technique using purposive sampling. The results of this research show that TikTok social media promotion has a positive and significant influence on the decision to purchase tour packages at PT subsidiaries. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo) is proven by the tcount value of  $11,957 > t_{table} 1.989$  which has a significance of 0.05, namely  $0.000 < 0.05$ . The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) test is 0.603, so it can be seen that the influence of TikTok social media promotion on the decision to purchase a tour package is 60.3%. In this way, TikTok becomes an effective promotional media in promoting Jalankebromo tour packages.*

**Keywords:** *Promotion, TikTok, Purchase Decision, Travel Agency, Bromo*

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkah rahmat, rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Promosi Media Sosial *Tiktok* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Di Anak Usaha PT Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo)”** yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, Proposal Tugas Akhir tidak dapat terwujud. Oleh karena itu, melalui kesempatan inipenulis ingin secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kekuatan dan kelancaran dalam setiap jalan penyusun menyelesaikan laporan
2. Kedua Orang tua, Keluarga, yang telah memberikan semangat dan dukungan penuh kepada saya untuk mengerjakan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Adetiya Prananda Putra, S.ST Par., M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata.
5. Ibu Aprilia Divi Yustita, S.Si., M.Si. dan Ibu Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Bapak Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si. dan Ibu Reni Nur Jannah, S.ST., M.Par. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Bapak Didik Indra Pratama selaku Direktur Utama PT.Pratama Wisata Lintasnusa yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Ibu Melysa Regina dan Bapak Riyan Hadiyanto yang telah bersedia menjadi pembimbing dan memberikan arahan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
9. Seluruh Keluarga Besar PT. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebrormo) yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah membimbing dan telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

10. Bapak / Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat serta segala dukungan untuk kesuksesan dan kelancaran Magang Kerja Industri.
11. Rekan – rekan Program Manajemen Bisnis Pariwisata angkatan 2020 atas semangat dan dukungan yang memotivasi saya untuk dapat menyusun laporan Magang Kerja Industri.

Akhir kata, semoga proposal Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat khususnya bagi saya pribadi dan bagi para pembaca umumnya.

Banyuwangi, 14 Desember 2023

Prista Ajeng Indana Zulfa  
NIM.362093301118

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                                                             |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                                                                                                                  | i     |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                                                                                                                            | v     |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                                                                                                                                  | vii   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                                                                                                                             | ix    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                                                                                                                             | xi    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                                                                                                                        | xiii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                                                                                                                       | xv    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                                                                                                                 | xvii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                                                                                                                     | xix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                                                                                                                   | xxiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                                                                                                                  | xxv   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                                                                                                                | xxvii |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                                                                                                                              | 1     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                                                                                    | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                                                                                                    | 4     |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                                                                                                 | 4     |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                                                                                                | 4     |
| 1.5 Batasan Masalah .....                                                                                                                                   | 5     |
| <b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                                                                                                                         | 7     |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                                                                                                    | 7     |
| 2.1.1 Pariwisata .....                                                                                                                                      | 7     |
| 2.1.2 Wisatawan .....                                                                                                                                       | 7     |
| 2.1.3 Usaha Perjalanan Wisata.....                                                                                                                          | 8     |
| 2.1.4 Biro Perjalanan Wisata.....                                                                                                                           | 9     |
| 2.1.5 Paket Wisata.....                                                                                                                                     | 10    |
| 2.1.6 Bauran Promosi .....                                                                                                                                  | 11    |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian.....                                                                                                                              | 14    |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                                                                                                              | 14    |
| 2.3 Hipotesis .....                                                                                                                                         | 19    |
| 2.3.1 Hubungan Promosi Media Sosial <i>Tiktok</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Di Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo)..... | 19    |
| 2.4 Skema Hipotesis .....                                                                                                                                   | 20    |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....                                                                                                                        | 21    |

|                                                                                                                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....                                                                                                                            | 21        |
| 3.1.1 Lokasi Penelitian .....                                                                                                                                   | 21        |
| 3.1.2 Waktu Perkiraan Penelitian .....                                                                                                                          | 21        |
| 3.2 Pendekatan Penelitian.....                                                                                                                                  | 22        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                                                               | 22        |
| 3.4 Teknik Populasi dan Sampel .....                                                                                                                            | 24        |
| 3.4.1 Populasi.....                                                                                                                                             | 24        |
| 3.4.2 Sampel .....                                                                                                                                              | 24        |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel .....                                                                                                                         | 25        |
| 3.5.1 Variabel Independen (X) .....                                                                                                                             | 25        |
| 3.5.2 Variabel Dependen (Y).....                                                                                                                                | 26        |
| 3.6 Teknik Analisa Data.....                                                                                                                                    | 27        |
| 3.6.1 Uji Instrumen .....                                                                                                                                       | 27        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                                    | 28        |
| 3.6.3 Uji Hipotesis .....                                                                                                                                       | 28        |
| 3.7 Kerangka Berfikir.....                                                                                                                                      | 31        |
| <b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                                         | <b>33</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                                                                        | 33        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....                                                                                                                           | 33        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....                                                                                                                            | 34        |
| 4.1.3 Struktur Organisasi .....                                                                                                                                 | 35        |
| 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....                                                                                                                     | 36        |
| 4.3 Uji Rerata Variabel.....                                                                                                                                    | 40        |
| 4.3.1 Uji Rerata Variabel X (Promosi Media Sosial <i>TikTok</i> ).....                                                                                          | 40        |
| 4.3.2 Uji Rerata Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....                                                                                                         | 41        |
| 4.4 Hasil Analisis Data.....                                                                                                                                    | 42        |
| 4.4.1 Uji Instrument.....                                                                                                                                       | 42        |
| 4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                                    | 44        |
| 4.3.3 Uji Hipotesis .....                                                                                                                                       | 46        |
| 4.4 Pembahasan .....                                                                                                                                            | 49        |
| 4.4.1 Promosi Media Sosial <i>TikTok</i> di Anak Usaha Pt. Pratama Wisata Lintasnusa<br>(Jalankebromo) .....                                                    | 49        |
| 4.4.2 Pengaruh Promosi Sosial Media <i>TikTok</i> Terhadap Keputusan Pembelian Paket<br>Wisata di Anak Usaha Pt. Pratama Wisata Lintasnusa (Jalankebromo) ..... | 50        |
| <b>BAB 5 PENUTUP.....</b>                                                                                                                                       | <b>53</b> |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 5.1 Kesimpulan .....        | 53        |
| 5.2 Saran .....             | 54        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>55</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>       | <b>59</b> |

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

## DAFTAR TABEL

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....                                                | 14 |
| <b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Perkiraan Penelitian.....                                         | 21 |
| <b>Tabel 3. 2</b> Skala Model Likert.....                                                  | 23 |
| <b>Tabel 3. 3</b> Definisi Operasional Variabel Independen.....                            | 25 |
| <b>Tabel 3. 4</b> Definisi Operasional Variabel Dependen.....                              | 26 |
| <b>Tabel 3. 5</b> Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....                              | 30 |
| <b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 37 |
| <b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                           | 37 |
| <b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....                      | 38 |
| <b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....                        | 39 |
| <b>Tabel 4. 5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....                          | 39 |
| <b>Tabel 4. 6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial TikTok ..... | 40 |
| <b>Tabel 4. 7</b> Deskripsi Variabel X (Promosi Media Sosial <i>TikTok</i> ) .....         | 40 |
| <b>Tabel 4. 8</b> Kriteria Penilaian Hasil Kuesioner .....                                 | 41 |
| <b>Tabel 4. 9</b> Deskripsi Variabel Y (Keputusan Pembelian).....                          | 41 |
| <b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial TikTok .....          | 42 |
| <b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....                   | 43 |
| <b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Reliabilitas.....                                             | 43 |
| <b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Normalitas .....                                              | 44 |
| <b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                     | 45 |
| <b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Regresi Linear .....                                          | 46 |
| <b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....             | 47 |
| <b>Tabel 4. 17</b> Interpretasi Koefisien Korelasi .....                                   | 47 |
| <b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji-t (Parsial).....                                              | 48 |

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1. 1</b> Pengguna <i>TikTok</i> Dunia Periode April 2023.....             | 2  |
| <b>Gambar 1. 2</b> Data Penjualan Jalankebromo Media Sosial <i>Tiktok</i> 2023..... | 3  |
| <b>Gambar 2. 1</b> Model Hipotesis.....                                             | 20 |
| <b>Gambar 3. 2</b> Krangka Pemikiran.....                                           | 32 |
| <b>Gambar 4. 1</b> Kantor PT.Pratama Wisata Lintasnusa .....                        | 34 |
| <b>Gambar 4. 2</b> Struktur Organisasi.....                                         | 35 |
| <b>Gambar 4. 3</b> Grafik Normal P-Plot.....                                        | 45 |

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Lampiran 1</b> Kuesioner Penelitian .....                           | 59 |
| <b>Lampiran 2</b> Kuesioner Penelitian Menggunakan Google Form .....   | 63 |
| <b>Lampiran 3</b> Karakteristik Responden .....                        | 67 |
| <b>Lampiran 4</b> Tabulasi Data Promosi Media Sosial TikTok (X).....   | 71 |
| <b>Lampiran 5</b> Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) .....          | 75 |
| <b>Lampiran 6</b> Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS .....         | 79 |
| <b>Lampiran 7</b> Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Secara Offline..... | 85 |
| <b>Lampiran 8</b> Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Secara Online ..... | 87 |
| <b>Lampiran 9</b> Surat Izin Pengambilan Data.....                     | 89 |
| <b>Lampiran 10</b> Biodata Penulis.....                                | 91 |

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---