

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM TRIBAKTI LIRBOYO KEDIRI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
AGUSTUS 2024**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM TRIBAKTI LIRBOYO KEDIRI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
AGUSTUS 2024**

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BANK SYARIAH INDONESIA

EVI REDIANA PUTRI

NPM. 20.080.0353

NIK. 3301056309020001



[Signature]

(Dr. H AHMAD FAUZI L.c M.II.I)

NIDN/NIK. 2123107701

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA BANK SYARIAH INDONESIA

EVI REDIANA PUTRI

NPM. 20.080.0353

Telah dimunaqasahkan di depan Sidang Munaqasah Universitas Islam Tribakti
(UIT) Lirboyo Kediri Pada Tanggal 6 Agustus 2024

Ketua Sekertaris

Dr. Ahmad Fauzi, Lc, M.H.I. Imma Rokhmatal Aysa, M.E
NIDN. 2123107701 NIDN. 2108099202

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Nasrudin, M.E
NIDN.2122028001

2. Penguji I
Dr. Ahmad Fauzi, Lc, M.H.I
NIDN. 2123107701

3. Penguji II
Imma Rokhmatal Aysa, M.E
NIDN. 2108099202

Kediri, 22 Agustus 2024
Fakultas Syariah,

Dr. H AHMAD FAUZI Lc M.H.I)
NIDN/NIK. 2123107701

MOTTO

“ Mungkin segala sesuatu yang sederhana itu, ia adalah hal yang paling istimewa.

Namun, tidak terlihat oleh semua mata. “

- Maulana rumi



PERSEMBAHAN

Dengan ucapan Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT. Yang telah memberikan kenikmatan yang tiada tara, sehingga saya mampu menyelesaikan karya tulis ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Agung Nabi Muhammad SAW. yang senantiasa syafaatnya dinanti-nantikan bagi seluruh umat islam di hari akhir nanti. Dengan rasa syukur ,karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Segenap guru-guru saya, terkhusus KH Ahmad Mahin Thoha , selaku Pengasuh Pondok Pesantren Putri Unit Darussalam yang telah memberi Izin dan kemudahan dalam proses penelitian ini.
2. Kedua orang tua saya yang menjadi sebuah alasan utama saya untuk dapat bertahan dalam setiap proses yang saya jalani selama perkuliahan untuk Bapak Redo Santoso dan Ibu Umi Faridah , sebagai wujud tanggung jawab dan kasih sayang atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan ku selama menempuh pendidikan ini sehingga aku dapat menyelesaikan studi S1 di UIT Lirboyo. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik di dunia maupun di akhirat, Aamiin.
3. Untuk Sudara Sepupu saya (Mas Andi , Mas Wahid) yang selalu memberikan semangat serta dorongan hingga bisa ke tahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberi kesehatan.
4. Pembimbing saya, beliau bapak Dr. H Ahmad Fauzi L.c M.H.I yang dengan sabar dan gigih dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Beliau merupakan salah satu dosen motivator saya di Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo Kediri ini
5. Terima kasih untuk teman- teman tercintaku khususnya (Faricha Uktuvia, Alfi Rohmatul Mudawwamah , Siti Ummu Chumairo, Helmy Naynaziah, Rembulan ,Risa ,Iza, Robi) yang telah mensupport dan mendengarkan keluh

kesah mengajak healing penulis dikala sedang budrek budreknya, mengajari spss, serta meminjamkan laptop untuk mengerjakan skripsi dikarenakan laptop saya rusak pas lagi butuh butuhnya.

6. Terimakasih untuk sahabat saya Zida Rohmah Ramdhani yang sudah sering saya repotkan dalam segala hal entah itu sambat atau dimintai pertolongan sewaktu waktu penulis kuliah di kediri. Semoga lekas dilancarkan skripsianya dan permasalahan hidupnya.
7. Seluruh keluarga angkatan Sandyakala Darussalam yang turut memberikan dukungan serta warna dalam cerita di pondok serta memberikan do'a dan dukungannya kepada saya. Meskipun kita tidak satu darah, namun persaudaraan kita yang sungguh luar biasa dan istimewa ini mampu memberikan semangat lebih terhadap diri saya. Semoga engkau dan keluarga senantiasa diberikan perlindungan oleh Allah SWT. Amiin
8. Dan yang terakhir skripsi ini penulis persembahkan untuk Diri sendiri yang selalu mampu menguatkan dan meyakinkan tanpa jeda bahwa semuanya bakalan selesai pada waktunya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Walaupun sedikit sambat, nangis, dan banyak drama, akhirnya daftar sidang juga.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT , berkat limpahan rahmat , hidayah serta karunia-Nya , penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “efektivitas media sosial tik tok sebagai media promosi produk pada bank syariah indonesia ”. Skripsi ini adalah salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana pada progam studi S1 perbankan syariah di fakultas syariah dan ekonomi Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. KH. Reza Ahmad Zahid, Lc. MA., selaku Rektor Universitas Tribakti (UIT) Lirboyo Kediri.
2. bapak Dr. H Ahmad Fauzi Lc M.H.I, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam penyusunan karya tulis ini. Berkat ketelitian serta arahan beliau, karya ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kedua orang tua, terima kasih atas, segenap cinta dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis, doa yang tak pernah putus semasa dalam merintis jalannya perkuliahan. Terima kasih telah menjadi sosok panutan dalam membimbing anak-anaknya sehingga sukses dunia dan akhirat. Doamu dan semangatmu untuk mengantar anakmu ke gelar sarjana telahku gapai saat ini.
4. Seluruh dosen beserta staf pengajar Universitas Tribakti (UIT) Lirboyo Kediri, yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan ilmu kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.
5. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat, mendukung, serta memberi motivasi dalam proses menuntut ilmu

6. Kepada musisi Tanah Air Berkat Lagu-Lagu Indahnya Sheila On 7 , Hindia, Feby Putri, Fiersa Besari , Ndx Aka, Denny Caknan, yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini tentu masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat menjadi bahan perbaikan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak tak terkecuali. Amiin



DAFTAR ISI

JULI 2024	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
ABSTRAK.....	18
BAB I.....	19
PENDAHULUAN	19
A. Latar belakang.....	19
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian	23
D. Kegunaan Penelitian	24
E. Hipotesis Penelitian.....	25
F. Definisi Operasional.....	25
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Sistematika Penulisan	30
BAB II.....	31
KAJIAN TEORI	31
A. Tik tok	Error! Bookmark not defined.
B. minat beli	Error! Bookmark not defined.
BAB III	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A. Rancangan penelitan	41
B. Populasi dan sampel	42
1. Populasi.....	42

2. Sampel.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	44
D. Instrumen penelitian.....	45
Tabel 3.1 Kategori Skala likert	46
E. Uji instrumen.....	46
F. Teknik analisis data.....	47
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	52
A. Hasil penelitian.....	52
1. Latar Belakang objek.....	52
2. Penyajian Data	54
A. Uji Validitas Dan Reliabel.....	54
Tabel 4.1 hasil uji validitas media sosial tiktok	55
Tabel 4.2 hasil uji validitas minat beli produk pada bank syariah indonesia	55
Tabel 4.3 Hasil uji reabilitas	56
2) Analisis deskriptif	56
Tabel 4.4 Hasil perhitungan Mean dan SD dengan SPSS Descriptive Statistics	57
Tabel 4.5 uji normalitas.....	58
Tabel 4.6 hasil uji linieritas	59
3.) UJI HIPOTESIS	59
Tabel 4.7 Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi media sosial tik tok terhadap promosi pada BSI.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Regresi Antara Variabel media sosial tik tok terhadap promosi pada BSI.....	61
Tabel 4.9 hasil uji F	62
b.) pembahasan penelitian.....	63
BAB V	65
PENUTUP	65
A. Kesimpulan.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	69
Lampiran 1 Angket Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel 1 Media Sosial Tik Tok.....	71

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel 2 minat beli produk.....	72
Lampiran 4 tabel uji reabilitas	74
Lampiran 5 tabel analisis deskriptif.....	74
Lampiran 6 analisis statistic inferenial.....	74
Lampiran 7 permohonan bimbingan	76
Lampiran 8 kartu bimbingan skripsi	77
RIWAYAT HIDUP	78
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Skala likert	46
Tabel 3.2 Kriteria Indeks Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 hasil uji validitas media sosial tiktok	55
Tabel 4.2 hasil uji validitas promosi produk pada bank syariah indonesia	55
Tabel 4.3 Hasil uji rebilitas	56
Tabel 4.4 Hasil perhitungan Mean dan SD dengan SPSS Descriptive Statistics	57
Tabel 4.5 uji normalitas.....	58
Tabel 4.6 hasil uji linieritas	59
Tabel 4.7 Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi media sosial tik tok terhadap promosi pada BSI.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Regresi Antara Variabel media sosial tik tok terhadap promosi pada BSI.....	61
Tabel 4.9 hasil uji F	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel 1 <i>Media Sosial Tik Tok</i>	71
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel 2 <i>promosi produk pada bank syariah indonesia</i>	72
Lampiran 4 tabel uji reabilitas	74
Lampiran 5 tabel analisis deskriptif.....	74
Lampiran 6 tabel analisis statistic inferensial	74
Lampiran 7 kartu pengajuan bimbingan	74
Lampiran 8 kartu bimbingan skripsi	74



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan adalah :

A. Konsonan

Dalam sistem tulisan arab seluruhnya dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ke tulisan latin sebagian dilambangkan dengan lambang huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lainnya dengan huruf, dan sekaligus sebagai berikut:

No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin	No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	ا	Alif	-	17	ظ	Zha'	Zh
2	ب	Ba'	B	18	ع	'Ain	'
3	ت	Ta'	T	19	غ	Ghin	Gh
4	ث	Tsa'	Ts	20	ف	Fa'	F
5	ج	Jim	J	21	ق	Qaf	Q
6	ح	Ha'	H	22	ك	Kaf	K
7	خ	Kha'	Kh	23	ل	Lam	L
8	د	Dal	D	24	م	Mim	M
9	ذ	Dzal	Dz	25	ن	Nun	N
10	ر	Ra'	R	26	و	Waw	W
11	ز	Zay	Z	27	ه	Ha'	H
12	س	Sin	S	28	لا	Lam alif	La
13	ش	Syin	Sy	29	ء	Hamzah	-
14	ص	Shad	Sh	30	ي	Ya'	Y
15	ض	Dlad	Dha	31	ة	Ta' marbutah	<u>T</u>
16	ط	Tha'	Th	32	-	-	-

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf

3. Vokal Panjang /Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' Marbutah Hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' Marbutah Mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال.

F. Tanda Apostrof (‘)

Sebagai transliterasi huruf hamzah hanya berlaku untuk yang terletak ditengan atau diakhir kata, misalnya ra’yi. Sedangkan diawal kata, huruf hamzah tidak dilambangkan sesuatupun, misalnya Islam.



ABSTRAK

PUTRI, EVI REDIANA.2024 :” *Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap minat eli produk Pada Bank Syariah Indonesia “*. Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi, Universitas Islam Tribakti Lirboyo. Dosen pembimbing Dr. H Ahmad Fauzi L.c M.H.I

Kata Kunci : *Media Sosial Tik Tok, Minat Beli Produk*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma dalam dunia bisnis, termasuk dalam industri perbankan syariah. Media sosial, sebagai salah satu produk dari kemajuan tersebut, menjadi platform yang potensial untuk mempromosikan produk dan layanan bank kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial tik tok terhadap minat beli produk pada bank syariah indonesia. Penggunaan TikTok sebagai platform media sosial telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, menawarkan potensi besar sebagai alat untuk mempromosikan produk dan layanan. Bank Syariah Indonesia, sebagai salah satu lembaga keuangan yang mengadopsi teknologi digital, tertarik untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana untuk mencapai target pasar yang lebih luas, terutama di kalangan generasi milenial dan Z yang aktif di platform ini.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh media sosial tiktok terhadap minat beli produk pada Bank Syariah Indonesia ? 2) Bagaimana media sosial tik tok berpengaruh terhadap meningkatkan minat beli konsumen ?

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel berjumlah 50 responden followers aktif tik tok bank syariah indonesia pada akun @lifewithbsi. Pengujian dibantu dengan software SPSS versi 26. Teknik analisi data yang digunakan yaitu dengan uji validitas, uji reabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas , uji linieritas dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukan variabel media sosial tik tok berpengaruh terhadap minat beli produk pada Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t pada variabel media sosial tik tok lebih besar yaitu 6,558 dari pada t table yaitu 1,677. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antarvariabel X (media sosial tik tok) terhadap variabel Y (minat beli produk).