

**PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN  
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE  
(STUDI KASUS KOMUNITAS SEPAK BOLA DIDESA SRIGADING  
LAMPUNGTIMUR)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**RAHMAD SAPUTRA  
NPM. 19610131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2023**



**PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN  
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE  
(STUDI KASUS KOMUNITAS SEPAK BOLA DIDESA SRIGADING  
LAMPUNGTIMUR)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Metro

Oleh :

**RAHMAD SAPUTRA**  
NPM. 19610131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2023**

## ABSTRAK

Rahmad Saputra. 2023. "Pemanfaatan Platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur)". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M.

Kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini telah membuat perubahan yang begitu cepat. Seiring dengan kemajuan dalam berbisnis, teknologi internet yang dapat menjangkau para konsumen, membuat kesempatan baru untuk berinteraksi dan bertransaksi. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah pemanfaatan platform digital tiktok dan brand awareness berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. Adapun pada penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah anggota komunitas sepak bola desa srigading lampung timur dengan jumlah 41 responden. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasinya yang ada pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur yaitu sebanyak 41 orang responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, analisis regresi linear berganda dan Uji Parsial (Uji T) dan Uji secara simultan (Uji F) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee pada Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur.

Kata Kunci : Platform Digital Tiktok, Brand Awareness, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

Rahmad Saputra. 2023. *"Utilization of the Shopee Digital Platform on Tiktok and Brand Awareness on Purchasing Decisions on Shopee (Case Study of the Football Community in Srigading Village, East Lampung)". Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. Supervisor (II) Fitriani, S.E., M.M.*

*The rapid progress of information technology today has made changes so quickly. Along with advances in business, internet technology can reach consumers, creating new opportunities for interaction and transactions. This research aims to find out whether the use of the TikTok digital platform and brand awareness influence purchasing decisions on Shopee e-commerce. In this research, researchers used quantitative research. The population in this study were members of the football community in Srigading village, East Lampung with a total of 41 respondents. Based on this research, because the population is not greater than 100 respondents, the author took 100% of the population in the soccer community of Srigading village, East Lampung, namely 41 respondents. The data collection technique used was using interviews and questionnaires. Data analysis used includes validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test, multiple linear regression analysis and partial test (T test) and simultaneous test (F test) with the help of the SPSS version 25.0 application. There is a positive and significant influence of the Shopee Digital Platform on Tiktok and Brand Awareness on Purchase Decisions on Shopee in the Football Community in Srigading Village, East Lampung.*

*Keywords: Tiktok Digital Platform, Brand Awareness, Purchasing Decisions*

## RINGKASAN

Kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini telah membuat perubahan yang begitu cepat. Seiring dengan kemajuan dalam berbisnis, teknologi internet yang dapat menjangkau para konsumen, membuat kesempatan baru untuk berinteraksi dan bertransaksi. Internet mempengaruhi berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali perdagangan. Perdagangan mengalami perubahan dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini lebih dikenal dengan istilah Electronic-Commerce atau disingkat E-Commerce. E-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, TV, atau jaringan teknologi lainnya. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada e-commerce shopee dianalisis dengan Uji Parsial (Uji T) dan Uji secara simultan (Uji F) menggunakan metode sampling dengan menyebarkan kuesioner sebagai teknik pengambilan sampel. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasinya yang ada pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur yaitu sebanyak 41 orang responden.

Pada penelitian ini menggunakan Platform Digital Shopee Pada Tiktok, Dan Brand Awareness untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian Di Shopee. Setelah dilakukan analisa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan platform digital tiktok secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur .
2. Brand awareness secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur .
3. Pemanfaatan platform digital tiktok dan brand awareness secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur .

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

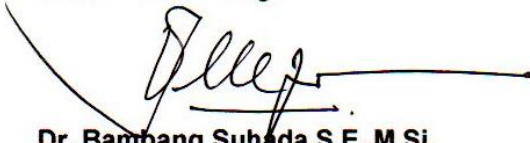
**PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN  
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE  
(STUDI KASUS KOMUNITAS SEPAK BOLA DIDESA SRIGADING  
LAMPUNGTIMUR)**

**RAHMAD SAPUTRA**

**19610131**

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



**Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.**  
**NIDN.0004126401**

Dosen Pembimbing II



**Fitriani, S.E., M.M.**  
**NIDN.0206068604**

Kaprodi S1 Manajemen



**Nani Septiana, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0220098901**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN  
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE  
(STUDI KASUS KOMUNITAS SEPAK BOLA DIDESA SRIGADING  
LAMPUNGTIMUR)

RAHMAD SAPUTRA  
19610131

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Jum'at  
Tanggal : 24 November 2023  
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji

  
Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.  
NIDN. 0004126401

Ketua Penguji

  
Fitriani, S.E., M.M.  
NIDN. 0206068604

Sekretaris

  
H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

  
H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801



## **MOTTO**

Lampaui Batas Mu

(Yami Sukehiro)

Jika Saya Menyerah Sekarang, Saya Akan Menyesalinya

( Monkey D Luffy )

Kalau Jalan Menuju Tujuan Kita Terlalu Mudah, Berarti Kita Salah Jalan

( Akagami No Shanks )

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Yang terkasih dan paling berharga dari segalanya kedua orang tua. Ayah (Mujiono) dan ibu (ismiaty) yang selalu memberikan kasih, pengertian, didikan dan dukungan penuh terhadap ku agar dapat terus berusaha menyelesaikan apa yang telah menjadi tugas dan tanggungjawab ku. Semoga dengan ini akan menjadi langkah awal untuk ku agar dapat menjadi anak yang berguna dan membanggakan keluarga.
2. Terimakasih untuk semua pihak yang telah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.
3. Serta Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji sukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur )”. Adapun penulisan dari skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk bisa menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Nani Septiana, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dengan memberikan masukan serta saran sehingga dapat menyempurnakan penulisan proposal skripsi ini.
5. Fitriani, S.E., M.Si Selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dengan memberikan masukan serta saran sehingga dapat menyempurnakan penulisan proposal skripsi ini.
6. Seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas yang di butuhkan selama perkuliahan.
7. Serta Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu serta pengetahuan dan nasihat dan dukungan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro.

8. Orangtua penulis yang telah memberikan doa, dukungan dalam segi psikis dan materi, serta memberikan dukungan dan pengertian selama penulis mengerjakan skripsi ini.
9. Tidak lupa teman-teman dan sahabat seperjuangan skripsi kuliah penulis yang selalu mengingatkan serta mendukung berjalanya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu memberikan seluruh tips dan trik yang dapat membantu penulis dalam menulis dan menemani penulis hingga akhir perkuliahan.
10. Serta terimakasih pada tempat penelitian penulis komunitas sepak bola didesa srigading lampung timur yang telah memberikan izin dan bantuannya untuk memberikan informasi serta data agar pengerjaan skripsi ini dapat berlajalan dengan lancar.

Semoga semua amal dan kebaikan mereka dicatat sebagai amalan terbaik oleh Allah SWT. Aamiin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan kesalahan, oleh sebab itu penulis sangat berterimakasih atas kritik dan saran pembaca untuk menyempurnakan penulisan ini. Semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini bisa bermanfaat untuk seluruh pihak.

Metro. Agustus 2023

Rahmad Saputra

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Rahmad Saputra  
Npm : 19610131  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **"PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi Kasus Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur)"** benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan kan bertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Desember 2023

Yang membuat Pernyataan



**Rahmad Saputra**  
NPM. 19610131



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 864/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

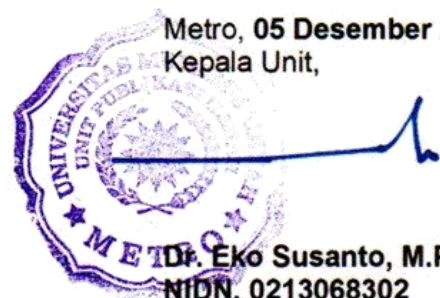
Nama : RAHMAD SAPUTRA  
NPM : 19610131  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SHOPEE PADA TIKTOK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE STUDI KASUS KOMUNITAS SEPAK BOLA DIDESA SRIGADING LAMPUNG TIMUR

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 05 Desember 2023

Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.

NIDN. 0213068302

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)

E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
RINGKASAN .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vii
HALAMAN PENGESAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	15
C. Rumusan Masalah .....	16
D. Tujuan Penelitian .....	16
E. Kegunaan Penelitian .....	16
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	17
G. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR .....</b>	<b>18</b>
A. KAJIAN LITERATUR .....	18
1 Pemasaran .....	18
2 <i>E-commerce</i> .....	20
3 Platform digital .....	23
4 Sosial Media .....	25
5 TikTok .....	26
6 Promosi .....	42

7 Brand Awareness.....	43
8 Keputusan Pembelian.....	47
B. Penelitian Yang Relevan .....	50
C. Kerangka Pemikiran .....	51
D. Hipotesis Hipotesis Penelitian.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Desain Penelitian.....	55
B. Tahapan Penelitian.....	55
1 Populasi.....	55
2 Sampel .....	55
C. Definisi Operasional Variabel.....	56
1 <i>Variabel independen</i> (variabel bebas).....	56
2 <i>Variabel dependen</i> (variabel terikat).....	57
D. Teknik Pengumpulan Data .....	58
1 Wawancara.....	58
2 Kuesioner.....	59
E. Instrumen Penelitian.....	59
F. Teknik Analisis Data.....	60
1 Pengujian Persyaratan Instrumen .....	60
a. Uji Validitas .....	60
b. Uji Reabilitas .....	60
2 Pengujian Persyaratan Analisis.....	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Linearitas.....	62
c. Uji homogenitas.....	62
3 Pengujian Hipotesis .....	63
a. Analisis regresi linier berganda .....	63
b. Uji Parsial (Uji T) .....	63
c. Uji Simultan (Uji F).....	64
d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	66
1 Sejarah Klub Sepak Bola Desa Srigading .....	66
2 Visi dan Misi Klub Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur .....	67



3	Struktur Organisasi Klub Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur.....	67
4	Tugas dan Wewenang .....	68
5	Gambaran umum shopee .....	68
B.	Hasil Penelitian.....	69
1	Pengujian Persyaratan Instrumen .....	69
a.	Uji Validitas .....	69
b.	Uji Reliabilitas.....	73
2	Pengujian Persyaratan Analisis.....	74
a.	Uji Normalitas.....	74
b.	Linearitas.....	75
c.	Uji Homogenitas.....	76
3	Pengujian Hipotesis .....	77
a.	Analisis regresi linier berganda .....	77
b.	Uji T.....	77
c.	Uji F.....	79
d.	Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	80
3	Pengujian Hipotesis .....	77
a.	Analisis regresi linier berganda .....	77
b.	Uji T.....	79
c.	Uji F.....	80
d.	Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	80
C.	Pembahasan .....	80
1	Pemanfaatan platform digital tiktok (x1) terhadap keputusan pembelian (y).....	81
2	<i>Brand awareness</i> (kesadaran merek) (x2) terhadap keputusan pembelian (y).....	81
3	Pemanfaatan platform digital tiktok (x1) dan Brand awareness (x2) terhadap keputusan pembelian (y).....	82
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
A.	Kesimpulan.....	83
B.	Saran.....	84
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Hasil Pra-Survey Mengenai E-Commerce Yang Sering Digunakan Pada Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur .....	3
Tabel 2. Pernyataan Pra-Survey Mengenai Seberapa Puas/Tidak Berbelanja Pada Shopee Dikalangan Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur .....	4
Tabel 3. Data platform Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia .....	5
Tabel 4. Data Hasil Pra-Survey Mengenai Konten, Postingan Shopee Yang Sering Dilihat Pada Sosial Media Lain .....	6
Tabel 5. Pertanyaan Pra-Survey konten Promosi Shopee Pada tiktok dikalangan komunitas sepak bola desa srigading lampung timur .....	10
Tabel 6. Pertanyaan Pra-Survey Tingkat <i>Brand awareness</i> Shopee Dikalangan Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur. ....	14
Tabel 7. Penelitian relevan .....	50
Tabel 8. Kisi-Kisi Kusioner .....	58
Tabel 9. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner.....	59
Tabel 10. Uji Validitas Platform Digital Tiktok (X1) .....	70
Tabel 11. Uji Validitas <i>Brand awareness</i> (x2) .....	71
Tabel 12. Uji Validitas Keputusan Pembelian (y) .....	72
Tabel 13. Hasil pengujian reliabilitas variabel platform digital tiktok (X1) .....	73
Tabel 14. Hasil pengujian reliabilitas variabel <i>brand awareness</i> (X2).....	73
Tabel 15. Hasil pengujian reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y) .....	73
Tabel 16. Uji Normalitas .....	74
Tabel 17. Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y.....	75
Tabel 18. Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y.....	76
Tabel 19. Hasil Uji Homogenitas X1 atas Y .....	76
Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas X2 atas Y .....	77
Tabel 21. Hasil Uji Homogenitas x1 dan X2 atas Y.....	77
Tabel 22. Analisis regresi linier berganda .....	78
Tabel 23. Hasil Uji T .....	79
Tabel 24. Hasil Uji f .....	80
Tabel 25. Hasil koefisien determinasi (R2).....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2023 .....	1
Gambar 2. Situs E-Commerce Dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak 2023 .....	2
Gambar 3. Negara Dengan Pengguna Tiktok Terbesar Di Dunia 2023 .....	7
Gambar 4. Profil Akun Tiktok Shopee @shopee_id.....	9
Gambar 5. Review Produk Shopee Pada Akun Shopee @shopee_id.....	11
Gambar 6. Ulasan Pengguna Tiktok yang Merasa Tidak Yakin terhadap Promosi Shopee Pada Tiktok .....	12
Gambar 7. Ulasan Konsumen yang Merasa Kecewa Setelah Membeli Produk yang Tidak Sesuai dengan Harapan yang Diinginkan pada Promosi Shopee Pada Tiktok.....	12
Gambar 8. Kerangka Pemikiran .....	53
Gambar 9. Struktur Organisasi Klub Sepak Bola Desa Srigading.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	92
Lampiran 2.	Hasil Kuisisioner Penelitian .....	100
Lampiran 3.	Uji Validitas .....	104
Lampiran 4.	Uji reliabilitas.....	110
Lampiran 5.	Tabel skor kuesioner penelitian.....	111
Lampiran 6.	Uji normalitas .....	112
Lampiran 7.	Uji linieritas .....	113
Lampiran 8.	Uji Homogenitas.....	114
Lampiran 9.	Analisis regresi linier berganda .....	115
Lampiran 10.	Uji t .....	115
Lampiran 11.	Uji f .....	115
Lampiran 12.	koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	116
Lampiran 13.	R tabel .....	116
Lampiran 14.	F tabel.....	118
Lampiran 15.	T tabel.....	121
Lampiran 16.	Tabel Data Hasil Pra-Survey Mengenai E-Commerce Yang Sering Digunakan dan Data Hasil Pra-Survey Mengenai Konten, Postingan Shopee Yang Sering Dilihat Pada Sosial Media Shopee Pada Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur.....	122
Lampiran 17.	Tabel Daftar Pertanyaan Pernyataan Mengenai Sebarapa Puas / Tidak Berbelanja Pada Shopee Dikalangan Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur .....	124
Lampiran 18.	Tabel Daftar Pertanyaan Mengenai Konten Promosi Shopee Pada Tiktok Pada Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur.....	125
Lampiran 19.	Tabel Daftar Pertanyaan Mengenai <i>Brand awareness</i> Shopee Dikalangan Komunitas Sepak Bola Desa Srigading Lampung Timur.....	126