

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, E-WOM, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI
ULANG *VOUCHER OUTLET* MOMOYO 2 PADA PLATFORM
TIKTOK DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI



OLEH:

DELA RAHMAYANI AGUSTIANINGSIH

NIM. 2203102097

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, E-WOM, DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI ULANG *VOUCHER*
OUTLET MOMOYO 2 PADA PLATFORM TIKTOK DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu
persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen**

OLEH:

DELA RAHMAYANI AGUSTIANINGSIH

NIM. 2203102097

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Dela Rahmayani Agustianingsih telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 02 Juli 2026

Pembimbing I,



Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M.
NIDN. 0708108702

Madiun, 02 Juli 2026

Pembimbing II,



Hendra Setiawan, S. E., M. M.
NIDN. 0702089403

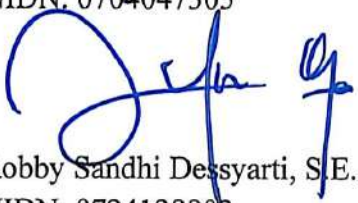
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Dela Rahmayani Agustianingsih ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 09 Juli 2026.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Hendra Setiawan, S.E., M.M.
NIDN. 0702089403

Anggota


Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



* Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Ketua Prodi S1 Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dela Rahmayani Agustianingsih

NIM : 2203102097

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 01 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Dela Rahmayani Agustianingsih
NIM. 2203102097

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

-QS. Al-Baqarah: 216

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

Kedua orang tua yang saya cintai atas segala cinta, perhatian, dan dukungan yang diberikan, teman-teman dan orang terkasih yang telah memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa mengiringi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul yang telah direncanakan dengan penuh kesungguhan dan tanggung jawab dengan judul **“Pengaruh Harga, Content Marketing, e-WOM, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang Voucher Outlet Momoyo 2 Pada Platform Tiktok di Kota Madiun”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima berbagai bentuk bantuan, dukungan, dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., CRMP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Karuniawati Hasanah, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5. Bapak Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Hendra Setiawan, S. E., M. M., selaku Dosen Pembimbing II, yang juga telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun yang telah membekali ilmu pengetahuan dan bantuan yang telah diberikan selama penulis menempuh perkuliahan.
8. Untuk kedua orang tua tercinta Ayah Darmaji dan Ibu Widayani yang sangat berjasa. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan, serta cinta, doa, motivasi maupun finansial. Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk seluruh keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
9. Rekan-rekan saya dan orang terkasih yang senantiasa memberikan dukungan serta kerja sama selama proses bimbingan maupun penyusunan skripsi.
10. Kepada diri saya sendiri, Dela Rahmayani Agustianingsih. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sejauh ini, terima kasih sudah mau untuk terus belajar menjadi manusia yang lebih baik lagi. Mari selalu menguatkan diri dan percaya bahwa semua akan baik – baik saja. Tidak apa – apa jika tidak secepat yang lain, semua sudah punya garis takdirnya masing – masing.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menambah informasi dan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 01 Juli 2026



Dela Rahmayani Agustianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	18
C. Rumusan Masalah	19
D. Tujuan Penelitian.....	19
E. Manfaat Penelitian	20
BAB II	22
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	22
A. Kajian Pustaka.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Berpikir	63
D. Hipotesis Penelitian.....	66

BAB III.....	73
METODE PENELITIAN	73
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	73
B. Desain Penelitian.....	74
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	76
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	79
E. Teknik Pengumpulan Data	82
F. Instrumen Penelitian.....	83
G. Teknik Analisis Data	84
BAB IV	92
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	92
B. Deskripsi Data.....	92
C. Hasil Analisis Data	110
D. Pembahasan.....	126
BAB V.....	147
PENUTUP.....	147
A. Kesimpulan	147
B. Implikasi Penelitian.....	148
C. Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	151
LAMPIRAN.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	2
Gambar 1.2 Proses Pembelian <i>Voucher Outlet</i> Momoyo 2 melalui TikTok	5
Gambar 1.3 Data Penjualan <i>Outlet</i> Momoyo 2 Kota Madiun.....	6
Gambar 1.4 Frekuensi Pembelian Momoyo 2 melalui <i>Voucher</i> di TikTok.....	7
Gambar 1.5 Harga Momoyo dan Mixue di <i>voucher outlet</i> TikTok.....	10
Gambar 1.6 <i>Content Marketing</i> Momoyo 2 Madiun	13
Gambar 1.7 e-WOM tagar #momoyomadiun2 di TikTok.....	16
Gambar 1.8 <i>Online Customer Review</i> Konsumen Momoyo 2.....	17
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Momoyo 2 di <i>Outlet</i> dan <i>Voucher</i> TikTok.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	73
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	80
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Skala Likert.....	83
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	95
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	96
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan per Bulan	97
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pembelian	99
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga.....	100
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Content Marketing</i>	102
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel e-WOM.....	104
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i>	106
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang	108
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	110
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X_2).....	111
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel e-WOM (X_3).....	112
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_4)	112
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	113
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas	114

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....	115
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	117
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	118
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	119
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	122
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	159
Lampiran 2 Identitas Responden.....	160
Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	165
Lampiran 4 Hasil Olah Data	220