

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Fikri Et Al. 2024a. "Akbar, Muhammad & Ati, Henny & Sukarson, Ardian. (2024). Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kalangan Milenial Dan Gen Z. *Journal Media Public Relations*. 4. 52-57. 10.37090/Jmp.V4i1.1594." 4(1):52–57.
- Akbar, M. Fikri Et Al. 2024b. "PERAN TIKTOK DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS." *Journal Media Public Relations* 4(1):52–57.
- Alip, Muhamad Nur Et Al. 2025. "Menguak Efektivitas Social Media Marketing Dan Konten Kreatif Dalam Membangun Kesadaran Merek Uncovering The Effectiveness Of Social Media Marketing And Creative Content In Building Brand Awareness." *JURNAL BISNIS MAHASISWA*.
- Anugrah, Sella Nanda, And Achmad Hasan Hadfizi. 2023. "PENGARUH PROMOSI PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unmuh Jember)." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 2(2):173–82.
- Bambang Sutedjo, And Yulia Evita Sari. 2023. "KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN." 5:288–97.
- Fahri, Muhammad Agil, And Siti Zulaikha. 2025. "PENGARUH PENGGUNAAN FITUR TIKTOK SHOP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF FASHION MAHASISWI UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT." *Huma: Jurnal Sosiologi* 4:301–13.
- Firda Ramadayanti. 2019. "Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Firda Ramadayanti." 6(2).
- Fitrianto, Muhamad Nur. 2025. "Analisis Pengaruh Algoritma Rekomendasi Tiktok Terhadap Perilaku Konsumsi Konten Menggunakan Metode Data Mining Dan Machine Learning." *Jurnal Publikasi Teknik Informatika* 4:68–75.
- Hanifah, Azzahra Luthfi Et Al. 2024. "PENGARUH STRATEGI E MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE NUJU COFFE LAMPUNG MENURUT BISNIS ISLAM (Studi Pada Pelanggan Nuju Coffe) NUJU COFFE LAMPUNG MENURUT BISNIS ISLAM (Stu." *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)* 2(11).
- Haryanto, M. Et Al. 2023. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Produktivitas Belajar Mahasiswa Di Yogyakarta." *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 3(2):330–41.
- Hermina, Dina, And Nuril Huda. 2024. "Memahami Populasi Dan Sampel : Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif." 5(12):5937–48.
- Hikmah, Jurnal. 2017. "STATISTIK DESKRIPTIF Leni Masnidar Nasution." 14(1):49–55.
- Iii, B. A. B., And A. Tempat Penelitian. 2021. "No Title." (November).
- Instagram, Media Sosial. 2021. "The Influence Of Lifestyle And Fashion Trends On Online Media." 07(02):125–31.
- K, Desie Chintya C. Et Al. 2024. "PERANCANGAN IDENTITAS MEREK DAN KONTEN PEMASARAN LA ORLIND UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK KEBAYA UNTUK USIA 18." *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi* 05(01):112–26.

- Kis, M. Et Al. 2024. "Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja : A Systematic Literature Review." 5(1):227–38.
- Listiana, Heni, And Khoirul Anam. 2022. "Strategi Penyusunan Kerangka Berpikir: Meningkatkan Kualitas Penelitian." *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi* 15(2):146–57.
- Putri, Dwi, And Robiatul Adawiyah. 2020. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14(2):135–48.
- Revanza, Angga. 2025. "PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA KONSUMEN ERIGO DI BANDAR PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN BRAND AWARENESS SEBA." 3(7).
- Sari, Syahriah. 2021. "ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP." 1(1):37–48.
- Siagian, Marina Srichasanah, And Kurnia. 2023. "PENGARUH INFLUENCER TERHADAP BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL." *Forum Ilmiah* 20(2).
- Susyanti, Fani Yulia Et Al. 2026. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK MARKETING." *Jurnal Network Media* (1):18–28.
- Tambunan, Diana, And Ida Hendarsih. 2022. "PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS BUSANA MUSLIM MERK ZOYA DI RAWAMANGUN JAKARTA." *Jurnal Usaha* 3(2):1–14.
- Waruwu, Marinu Et Al. 2025. "Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep , Jenis , Tahapan Dan Kelebihan." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 10:917–32.

L A M P I R A N



Lampiran 1: SK Judul



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

● fkip.umb.ac.id

● fkip@umb.ac.id

● (0736) 22765

● (0736) 26161

Keputusan Dekan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Nomor: 918/KEP/DF.1/11.3.A/UC/2025

Tentang
Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Bismillahirrahmanirrahim
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Bengkulu

- Menimbang:**
1. Bahwa untuk membimbing penulisan skripsi mahasiswa agar dapat mencapai kualitas yang lebih baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing Skripsi.
 2. Bahwa mereka yang tercantum dalam lampiran surat keputusan ini dianggap mampu dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut di atas.
 3. Bahwa untuk kelancaran dan kualitas pelaksanaan tugas pembimbing tersebut perlu ditetapkan melalui Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat:**
1. SK PP Muhammadiyah Nomor 39/SK/PP/1991.
 2. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen.
 4. Undang-undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
 5. SK Menristekdikti Nomor: 67/KPTA/2018 tentang Perubahan Badan Penyelenggaraan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 6. Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
 7. Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi.
 8. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 9. Statuta Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
 10. SK Rektor Nomor: 631-SKR.01-UMB/2019 tentang Pedoman Dosen Pembimbing Skripsi.
- Menetapkan :** Memutuskan
- Pertama :** Menunjuk dosen yang nama-namanya tercantum pada kolom empat sebagai Pembimbing Penulisan Skripsi Mahasiswa yang namanya tercantum pada kolom dua dengan judul skripsi pada kolom tiga lampiran surat keputusan ini.
- Kedua :** Dosen Pembimbing diberi tugas untuk melakukan pembimbingan penulisan skripsi mahasiswa dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan fakultas.
- Ketiga :** Kepada Dosen Pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di FKIP-UMB.
- Keempat :** Lamanya waktu bimbingan skripsi adalah 9 bulan terhitung sejak ditetapkan surat keputusan ini dan jika belum selesai mahasiswa wajib mengajukan perpanjangan bimbingan kepada program studi dengan persetujuan Dosen Pembimbing Skripsi.
- Kelima :** Mahasiswa yang tidak dapat menyelesaikan skripsi setelah habis masa perpanjangan, maka skripsinya dinyatakan batal dan yang bersangkutan harus mengajukan usul judul baru kepada Ketua Program Studi dengan melengkapi persyaratan administrasi dan keuangan seperti pada pengajuan usul yang baru pertama.
- Keenam :** Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat keketiruan akan diperbaiki sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Bengkulu
: 26 Oktober 2025

Terbitan:

1. Rektor UMB
2. Wakil Rektor UI dan II
3. Bendahara UMB
4. Dosen Pembimbing
5. Mahasiswa ybs.

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um.bengkulu
um.bengkulu
um.bengkulu

um.bengkulu
umb.tv
Radio Jazirah FM 104,3 MHz


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bah, Kampung Bah, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 39119
 ● hkip@umb.ac.id
 ● Rkip@umb.ac.id

● (0736) 24765
 ● (0736) 26161

Lampiran : SK Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu
 Nomor : 9/ak/KEP/DF.181.3.A/UC/2025
 Tanggal : 28 Oktober 2025

No	Dosen Pembimbing	Nama Mahasiswa/NPM	Judul Skripsi
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	1. Dr. Hilyati Milla, M.Pd 2. Ade Irma Suryani, M.Pd	Novaria Sanil 2487203037	Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Toko Boras Felisha di Desa Padang Tepong Kecamatan Ulu Musi Kabupaten Empat Lawang)
2.	1. Drs. Duhuman, M.M 2. Meirani, M.Pd.E	Buniya Hayati 2487203032	Dampak E-Commerce Pada Pelaku Usaha Offline di Pasar Bang Mego Cempung
3.	1. Rossa Ayuni, M.Pd 2. Ummi Kalsum, M.Pd.E	Alyas 2487203001	Penerapan Model Pembelajaran Problem Solving Berbasis Media Leaflet untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa
4.	1. Dr. Hilyati Milla, M.Pd 2. Meirani, M.Pd.E	Sinta Agri Purnama Sari 2287203032.P	Pengaruh Efikasi Diri (Self Efficacy) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Pada Mata Pelajaran IPS di SMP Negeri 17 Lebong
5.	1. Drs. Sazili, M.Pd 2. Ade Irma Suryani, M.Pd	Iltha Saputri 2287203006	Penerapan Media Pembelajaran Berbasis Animasi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS di SMPN 07 Kota Bengkulu
6.	1. Dr. Hilyati Milla, M.Pd 2. Meirani, M.Pd.E	Mutia Ningrum 2287203003	Analisis Motivasi Belajar Siswa Melalui Kuis Mingguan Pada Mata Pelajaran IPS Siswa Kelas VIII di SMP Negeri 11 Kota Bengkulu
7.	1. Drs. Duhuman, M.M 2. Rossa Ayuni, M.Pd	Asti Mulyawati 2287203026	Pengaruh Pemanfaatan Sarana dan Prasarana Pembelajaran terhadap Kreativitas dan Kemandirian Belajar Siswa SMK Negeri 06 Bengkulu Utara
8.	1. Rossa Ayuni, M.Pd 2. Ayudho Selviyani, M.Ak	Welda Anggraini 2287203031	Efektivitas Model Pembelajaran Problem Based Learning (PBL) dalam Meningkatkan Pemahaman Akuntansi Siswa Kelas X di SMK Negeri 1 Kota Bengkulu
9.	1. Dr. Bahrin, M.Si 2. Ummi Kalsum, M.Pd.E	Amelia Marlinda 2287203027	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Platform E-Commerce Shopee di FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu
10.	1. Drs. Sazili, M.Pd 2. Ade Irma Suryani, M.Pd	Randi Engga Putra 2287203029	Pengaruh Layanan Pesan Antar (Delivery Order) Grabfood Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Teluk Segara
11.	1. Drs. Sazili, M.Pd 2. Ummi Kalsum, M.Pd.E	Octaria Anggraini Putri 2287203020	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
12.	1. Dr. Bahrin, M.Si 2. Ummi Kalsum, M.Pd.E	Diva Rahayu Fitri Ruslin 2287203017	Pengaruh Internal (Locus Of Control) Terhadap Minat Menjadi Guru Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu Angkatan 2023
13.	1. Dr. Hilyati Milla, M.Pd 2. Ayudho Selviyani, M.Ak	Muhammad Zaki Abdillah 2287203022	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengalaman Usaha Terhadap Ekspansi Produk UMKH di Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu
14.	1. Drs. Duhuman, M.M 2. Ayudho Selviyani, M.Ak	Resti Marsela 2287203002	Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Pinjaman Mikro untuk Memenuhi Kebutuhan Finansial di Desa Bintang Selatan Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah

umb.ac.id
 humas@umb.ac.id
 0822-3546 1991

um.bengkulu
 um.bengkulu
 um.bengkulu

um.bengkulu
 umb.tv
 Radio Jazirah FM 104,3 MHz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bah, Kampung Bah, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
 ● fkip@umb.ac.id
 ● fkip@umb.ac.id

● (0735) 22795
 ● (0736) 26161

15	1. Dr. Hiyati Milla, M.Pd 2. Ade Irma Suryani, M.Pd	Azzah Herlana 2287203010	Pengaruh Pengalaman Pelaksanaan Pengambilan Lapangan Persekolahan (PLP) 2 Terhadap Minat menjadi Guru Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
16	1. Drs. Sazli, M.Pd 2. Umni Katsun, M.Pd.E	M. Akmal Dini Haq 2287203011	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Brand Awareness Pada produk Fashion di kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu
17	1. Drs. Sazli, M.Pd 2. Meirani, M.Pd.E	Nefa Stefhane 2287203001	Pengaruh Strategi Marketing Mix (Product, Promotion, Place, Price) Terhadap Keputusan Pembelian Batik Sungai Lemau di Desa Padang Kedeper Kabupaten Bengkulu Tengah

Bengkulu, 28 Oktober 2025



umb.ac.id
 humas@umb.ac.id
 0822 3546 1991

um.bengkulu
 um.bengkulu
 um.bengkulu

um.bengkulu
 umb.tv
 Radio Jazirah FM 104,3 MHz

Dipindai dengan
 CamScanner

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
✉ fkip@umb.ac.id
✉ fkip@umb.ac.id

☎ (0736) 22765
☎ (0736) 26161

Nomor : /SI/DF.01/11.3.AU/C/2026
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Prihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi
Di
Bengkulu

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka memperoleh data untuk penyusunan skripsi, kami mohon kiranya bapak/ibu dapat memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

Nama : M Afdal Dinil Haq
NPM : 2287203011
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi:
"Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Brand Awareness Pada Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UM Bengkulu".

Tempat Penelitian : Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Objek Penelitian : Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
Lama Penelitian : 23 Mei 2026 s/d 23 Juni 2026

Sebagai bahan pertimbangan kami lampirkan proposal skripsi yang telah disetujui oleh pembimbing.
Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Bengkulu, 27 Juli 2026
a.n Dekan
Wakil Dekan I,


Dr. Tami Hidayat, M.Pd
NBK. 1501089141

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104.3 MHz

Lampiran 3: Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Kepada

Yth. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UMB
Kota Bengkulu

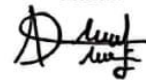
Dengan Hormat,

Saya M afdal Dinil Haq, Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang saat ini sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir berupa skripsi dengan judul **"Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap *Brand Awareness* pada Produk *Fashion* di kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UM Bengkulu"**. Saya mohon kesediaan Saudara/saudari untuk meluangkan waktu mengisi angket ini.

Angket ini bertujuan untuk memperoleh data penelitian dan seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas kesediaan dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,
Peneliti



M Afdal Dinil Haq

Identitas Responden

Nama Responden :

Semester :

Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan diri Anda dengan cara memberikan tanda *check list* (✓) pada alternatif jawaban yang telah tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK (X)**FREKUENSI PENGGUNAAN**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya bisa menghabiskan waktu berjam jam untuk menonton video di TikTok					
2.	Membuka TikTok adalah hal pertama yang saya lakukan saat menggunakan HP					
3.	Saya tidak pernah melewatkan satu hari pun tanpa membuka aplikasi TikTok					

DURASI PENGGUNAAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4.	Saya sering lupa waktu saat sudah mulai menonton video di TikTok					
5.	Saya tetap membuka TikTok meskipun sedang berkumpul bersama teman ataupun keluarga.					

TUJUAN PENGGUNAAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
6.	Saya menggunakan TikTok sebagai media hiburan					
7.	Saya menggunakan TikTok untuk mencari informasi tentang produk produk fashion yang sedang <i>trend</i>					
8.	Saya menggunakan TikTok untuk melihat promosi produk fashion					

PAPARAN KONTEN PROMOSI

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
9.	Saya sering melihat konten promosi atau iklan produk fashion di TikTok					
10.	Konten promosi fashion sering muncul berulang kali di beranda TikTok saya					
11.	Saya merasa konten promosi fashion					

	adalah konten yang paling sering saya lihat di aplikasi tiktok.					
--	---	--	--	--	--	--

B. BRAND AWARENESS (Y)

RECALL (MENGINGAT)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
12.	Saya dapat mengingat merek fashion yang sering muncul di TikTok					
13.	Saya merasa ingin segera membagikan video TikTok apabila ada promosi kepada teman.					
14.	Saya merasa familiar dengan merek fashion yang dipromosikan di TikTok					
15.	Saya selalu ingin tahu tren apa yang sedang ramai di TikTok hari ini.					

RECOGNITION (MENGENALI)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
16.	Saya dapat mengenali logo merek fashion yang muncul di TikTok					
17.	Saya mudah mengenali tampilan visual suatu merek fashion di TikTok					
18.	Saya dapat membedakan identitas merek fashion yang saya lihat di TikTok					
19.	Saya lebih tertarik menggunakan produk					

	dengan kemasan atau tampilan yang saya kenali					
--	---	--	--	--	--	--

PURCHASE (PEMBELIAN)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
20.	Saya lebih memilih merek fashion yang sering saya lihat di TikTok					
21.	Saya akan mempertimbangkan apabila membeli produk fashion yang dipromosikan di TikTok					
22.	TikTok mempengaruhi pilihan saya terhadap merek fashion tertentu					
23.	Saya tertarik membeli produk produk fashion setelah melihat promosi di TikTok					

CONSUMPTION (KONSUMSI)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
24.	Saya menyadari kalau produk yang saya gunakan sekarang adalah dari promosi TikTok					
25.	Saya dapat mengenali merek fashion yang sedang saya gunakan sekarang dari TikTok					
26.	Saya pernah menggunakan produk fashion yang saya lihat di TikTok					
27.	Saya mengetahui berbagai merek fashion melalui TikTok					

Lampiran 4: Dokumentasi



Lampiran 5: Jurnal Bimbingan



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus 1, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
Rkip-pe.umb.ac.id @pe@umb.ac.id

(0736) 22765
(0736) 26161

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa	M Afdal Dinil Haq				
NPM	2287203011				
Program Studi	Pendidikan Ekonomi				
Judul Skripsi	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Brand Awareness pada Produk Fashion di kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UM Bengkulu				
No	Tanggal	Materi Bimbingan	Bimbingan Ke-	Catatan Pembimbing	Paraf
1.	19 Januari 2026	Bab 1	1.	Latar belakang terlalu banyak umum,	
2.	28 Januari 2026	Bab 1	2.	Rumusan masalah di tambahkan	
3.	30 Januari 2026	Bab 1	3.	Lanjutan Bab 2.	
4.	3 Februari 2026	Bab 2 & 3	4.	tambahkan lagi referensi nya.	

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus 1, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
Rkip-pe.umb.ac.id @pe@umb.ac.id

(0736) 22765
(0736) 26161

5.	20 Mei 2026	Bab 4	5	Bimbingan Angket.	
6.	17 Mei 2026 Juni	Bab 4 & 5	6	Tambahkan lagi pengisian hasil nya	
7.	9 Juni 2026	Bab 4 & 5	7	ACC.	
8.					

Note: 1. Lembar bimbingan ini dipegang oleh mahasiswa yang bersangkutan dan diisi pembimbing setiap kali bimbingan
2. Lembar bimbingan ini dilampirkan sewaktu ujian hasil penelitian dan ujian skripsi

Mengetahui,
Ka. Prodi

Meirani, M.Pd, E
NIDN 0214059501

Dosen Pembimbing

Ummi Kalsum, M.Pd, E
NIDN. 0224119701

Bengkulu,

M Afdal Dinil Haq
NPM. 2287203011

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

fkp-pe.umb.ac.id

pe@umb.ac.id

(0736) 22765

(0736) 26161

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa	M Afdal Dinil Haq				
NPM	2287203011				
Program Studi	Pendidikan Ekonomi				
Judul Skripsi	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Brand Awareness pada Produk Fashion di kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UM Bengkulu				
No	Tanggal	Materi Bimbingan	Bimbingan Ke-	Catatan Pembimbing	Paraf
1.	29 Januari 2026	Bab 1, 2, 3	1.	latar belakang di rapikan lagi	f
2.	6 Februari 2026	Bab 1, 2, 3	2.	Rumusan masalah di benarin lagi	f
3.	1 Juli 2026	Bab 4	3.	Metode di Benarkan dengan cara di isi	f
4.	6 Juli 2026	Bab 4	4.	Kerangka acuan lagi haringa	f

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

fkp-pe.umb.ac.id

pe@umb.ac.id

(0736) 22765

(0736) 26161

5.	13. Juli 2026	Bab 5	5	Kesimpulan sama dengan rumusan masalah.	f
6.	21. Juli 2026	Bab 5	6	Acc	f
7.					
8.					

Note: 1. Lembar bimbingan ini dipegang oleh mahasiswa yang bersangkutan dan diisi pembimbing setiap kali bimbingan
2. Lembar bimbingan ini dilampirkan sewaktu ujian hasil penelitian dan ujian skripsi

Mengetahui,
Ka. Prodi

Meirani, M.Pd, E
NIDN.0214059501

Dosen Pembimbing

Drs. Sazili, M.Pd
NIDN 0206026201

Bengkulu,

M Afdal Dinil Haq
NPM. 2287203011

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz

Lampiran 6: Letter of Acceptance (LoA)



Nomor : 0080/LOA/KONTAN/Widina/VII/2026
Perihal : Letter of Acceptance Journal

Kepada Yth

1. Ummi Kalsum
2. Sazili
3. M. Afdal Dinil Haq

di

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Dengan ini kami menginformasikan bahwa artikel ilmiah yang Bapak/Ibu kirim untuk diterbitkan pada KONTAN: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Penerbit CV. Widina Media Utama, dengan Judul:

“PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PRODUK FASHION DI KALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UM BENGKULU”

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan **DITERIMA** dan akan dipublikasikan di Jurnal kami pada Edisi Vol. 5 No. 2 bulan Juni Tahun 2026. Artikel tersebut akan tersedia secara online di:

<https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/KONTAN/issue/archive>

Demikian informasi ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih

Bandung, 2026

Hormat kami

Dr. Elan Jaelani, M.H
Direktur Penerbit Widina

Lampiran 7: Data SPSS

Statistik Deskriptif Variabel X dan Y

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X.1	71	1	5	3.61	1.115
X.2	71	1	5	3.01	1.236
X.3	71	1	5	3.49	1.351
X.4	71	1	5	3.28	1.173
X.5	71	1	5	3.10	1.161
X.6	71	1	5	4.10	.943
X.7	71	1	5	4.00	.894
X.8	71	1	5	3.85	.951
X.9	71	1	5	3.93	.931
X.10	71	1	5	3.86	.990
X.11	71	1	5	3.68	.968
TotoalX	71	12	55	39.90	8.616
Valid N (listwise)	71				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	71	1	5	3.61	.948
Y.2	71	1	5	3.56	1.052
Y.3	71	1	5	3.62	.962
Y.4	71	1	5	3.51	1.081
Y.5	71	1	5	3.56	1.065
Y.6	71	1	5	3.48	1.012
Y.7	71	1	5	3.52	1.012
Y.8	71	2	5	3.80	.872
Y.9	71	1	5	3.65	.943
Y.10	71	2	5	3.90	.831
Y.11	71	1	5	3.70	.916
Y.12	71	1	5	3.77	.929
Y.13	71	1	5	3.75	1.130
Y.14	71	1	5	3.69	1.022
Y.15	71	2	5	4.07	.884
Y.16	71	1	5	3.72	1.058
TotalY	71	35	80	58.92	12.045
Valid N (listwise)	71				

Uji Validitas X dan Y

		Correlations											
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	TotoalX
X.1	Pearson Correlation	1	.574**	.463**	.621**	.561**	.581**	.358**	.467**	.413**	.350**	.290*	.714**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	.003	.014	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.2	Pearson Correlation	.574**	1	.569**	.509**	.606**	.440**	.220	.476**	.423**	.422**	.482**	.730**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.066	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.3	Pearson Correlation	.463**	.569**	1	.650**	.506**	.466**	.296*	.405**	.437**	.491**	.452**	.736**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.012	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.4	Pearson Correlation	.621**	.509**	.650**	1	.619**	.439**	.313**	.385**	.411**	.441**	.321**	.729**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.008	<.001	<.001	<.001	.006	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.5	Pearson Correlation	.561**	.606**	.506**	.619**	1	.474**	.220	.325**	.337**	.373**	.360**	.688**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.065	.006	.004	.001	.002	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.6	Pearson Correlation	.581**	.440**	.466**	.439**	.474**	1	.559**	.686**	.691**	.627**	.552**	.787**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.7	Pearson Correlation	.358**	.220	.296*	.313**	.220	.559**	1	.739**	.686**	.597**	.528**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.002	.066	.012	.008	.065	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.8	Pearson Correlation	.467**	.476**	.405**	.385**	.325**	.686**	.739**	1	.730**	.735**	.643**	.786**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.006	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.9	Pearson Correlation	.413**	.423**	.437**	.411**	.337**	.691**	.686**	.730**	1	.795**	.656**	.785**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.10	Pearson Correlation	.350**	.422**	.491**	.441**	.373**	.627**	.597**	.735**	.795**	1	.697**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X.11	Pearson Correlation	.290*	.482**	.452**	.321**	.360**	.552**	.528**	.643**	.656**	.697**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.014	<.001	<.001	.006	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
TotoalX	Pearson Correlation	.714**	.730**	.736**	.729**	.688**	.787**	.645**	.786**	.785**	.784**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

		Correlations											
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12
Y.1	Pearson Correlation	1	.641**	.726**	.574**	.675**	.691**	.723**	.285*	.482**	.258*	.373**	.433**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.016	<.001	.030	.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.2	Pearson Correlation	.641**	1	.624**	.637**	.567**	.602**	.566**	.076	.491**	.261*	.294*	.439**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.528	<.001	.028	.013	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.3	Pearson Correlation	.726**	.624**	1	.738**	.756**	.747**	.720**	.420**	.418**	.328**	.584**	.606**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.4	Pearson Correlation	.574**	.637**	.738**	1	.766**	.767**	.734**	.456**	.486**	.438**	.514**	.471**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.5	Pearson Correlation	.675**	.567**	.756**	.766**	1	.819**	.810**	.398**	.471**	.354**	.480**	.534**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.6	Pearson Correlation	.691**	.602**	.747**	.767**	.819**	1	.854**	.513**	.464**	.397**	.478**	.527**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.7	Pearson Correlation	.723**	.566**	.720**	.734**	.810**	.854**	1	.426**	.569**	.385**	.538**	.583**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

Uji Reabilitas

► Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			71
Normal Parameters ^{a, b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		8.21708714
Most Extreme Differences	Absolute		.073
	Positive		.073
	Negative		-.048
Test Statistic			.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.456
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.443
		Upper Bound	.468

Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji Persial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.130	4.685		3.870	<,001
	TotoalX	1.022	.115	.731	8.903	<,001

a. Dependent Variable: TotalY



Lampiran 8: data T tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

