

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Arsy Regita Intan Cahyani  
200910262**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh  
Arsy Regita Intan Cahyani  
200910262**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Arsy Regita Intan Cahyani  
NPM : 200910262  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Januari 2024



**Arsy Regita Intan Cahyani**

**200910262**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA BATAM**

## **SKRIPSI**

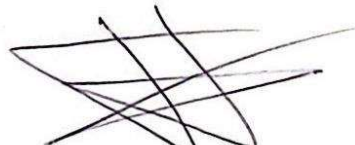
**Untuk memenuhi salah satu  
syarat memperoleh gelar sarjana**

**Oleh**

**Arsy Regita Intan Cahyani  
200910262**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 25 Januari 2024**



**Dr. Sunarto Wage, S.E., M.Si  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini, telah mengubah cara pandang konsumen dalam membeli barang atau jasa yang mereka inginkan dan butuhkan. Saat ini terdapat banyak cara untuk membeli suatu barang atau jasa, salah satunya yaitu dengan melakukan pembelian secara *online*, salah satunya melalui platform TikTok Shop. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap minat beli TikTok. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan pendekatan non-probabilitas yaitu *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan metode *Accidental Sampling*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Statistik 25 dengan jumlah sampel sebanyak 385 responden yang merupakan pengguna fitur TikTok Shop di Kota Batam khususnya di daerah Batu Aji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan hasil nilai uji t sebesar  $4.972 > t$  tabel 1.966 dan  $\text{sig } 0.000 < 0.05$ , citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan hasil nilai uji t sebesar  $9.643 > 1.966$  dan  $\text{sig } 0.000 < 0.05$  dan *electronic word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat pembelian dengan hasil nilai uji t sebesar  $7.098 > 1.966$  dan  $\text{sig } 0.000 < 0.05$ .

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Citra Merek; *Electronic Word of Mouth*; Minat Beli

## **ABSTRACT**

*With the increasing development of technology today, it has changed the way consumers view buying goods or services that they want and need. Currently, there are many ways to buy goods or services, one of which is by making purchases online, one of which is through the TikTok Shop platform. Therefore, this research aims to determine the influence of personal factors on buying interest in TikTok. The sampling technique uses a non-probability approach, namely purposive sampling. The method used is multiple linear regression analysis with the Accidental Sampling method. The research was conducted using the SPSS Statistics 25 program with a sample size of 385 respondents who were users of the TikTok Shop feature in Batam City, especially in the Batu Aji area. The results of the research show that product quality has a significant influence on buying interest with t test results of  $4.972 > t$  table  $1.966$  and sig  $0.000 < 0.05$ , brand image has a significant influence on buying interest with t test results of  $9.643 > 1.966$  and sig  $0.000 < 0.05$  and electronic word of mouth has a significant influence on purchase intention with t test results of  $7.098 > 1.966$  and sig  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Product Quality; Brand Image; Electronic Word of Mouth; Purchase Interest*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan segala ilmu, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Pengguna Tiktok Shop (Studi Kasus Pengguna TikTok Shop Di Kota Batam)” yang merupakan salah satu persyaratan untuk kelulusan pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Dr. Sunarto Wage, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;



6. Bapak/Ibu Dosen, seluruh Staff dan Civitas Universitas Putera Batam yang telah memberikan banyak pengetahuan pada penulis;
7. Kedua orang tua serta kedua adik penulis yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini;

Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca semua.

Batam, 25 Januari 2024



Arsy Regita Intan Cahyani



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori .....	10
2.1.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.1.1.2 Komponen Sera Unsur Atribut Produk .....	12
2.1.1.3 Karakteristik Dari Produk.....	13
2.1.1.4 Indikator Pada Kualitas Produk.....	14
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	17
2.1.2.2 Fungsi Citra Merek.....	18
2.1.2.3 Faktor-Faktor Pada Citra Merek.....	19
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	20
2.1.3.1 Jenis-Jenis <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	22

2.1.3.2 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	23
2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	23
2.1.4 Minat Beli .....	24
2.1.4.2 Pengertian Minat Beli.....	25
2.1.4.3 Jenis Perilaku Membeli Konsumen .....	26
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	27
2.1.4.5 Indikator Minat Beli .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Sifat Penelitian .....	42
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	42
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.3.2 Periode Penelitian .....	43
3.4 Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel .....	42
3.4.3 Teknik Sampling.....	43
3.5 Sumber Data.....	43
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	44
3.7.1 Variabel Dependen.....	45
3.7.2 Variabel Independen .....	45
3.8 Metode Analisis Data .....	46
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	47
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	47
3.8.2.1 Uji Validitas.....	47
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	49

3.8.3.1 Uji Normalitas .....	49
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	50
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	51
3.8.4 Uji Pengaruh .....	51
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	52
3.8.5 Uji Hipotesis .....	52
3.8.5.1 Uji Statistik T ( <i>T-Test</i> ) .....	52
3.8.5.2 Uji Statistik F ( <i>F-Test</i> ).....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.2 Deskripsi Responden.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	57
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	58
4.3.1 Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	58
4.3.2 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	60
4.3.3 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	63
4.3.4 Deskriptif Variabel Minat Beli .....	65
4.4 Analisis Data .....	67
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	67
4.4.1.1 Uji Validitas Kualitas Produk.....	67
4.4.1.2 Uji Validitas Citra Merek .....	68
4.4.1.3 Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	69
4.4.1.4 Uji Validitas Minat Beli .....	69
4.4.1.5 Uji Reliabilitas.....	70
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	70
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	72

4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	74
4.4.3 Uji Pengaruh .....	75
4.4.3.1 Analisa Regresi Linear Berganda.....	75
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
4.5 Pengujian Hipotesis.....	77
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial-Uji t .....	77
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan -Uji F.....	78
4.6 Pembahasan.....	79
4.6.1 Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli .....	79
4.6.2 Citra Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli .....	81
4.6.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli .....	82
4.6.4 Kualitas Produk, Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli .....	84
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	87
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>
Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	93
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup .....	135
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian .....	136

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Jumlah Unduhan Aplikasi Terbanyak di Dunia .....	3
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram .....	72
<b>Gambar 4.2</b> <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	73
<b>Gambar 4.3</b> Grafik <i>Scatterplot</i> .....	75

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	36
<b>Tabel 3.1</b> Skala Likert.....	45
<b>Tabel 3.2</b> Operasional Variabel .....	46
<b>Tabel 4.1</b> Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	55
<b>Tabel 4.2</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
<b>Tabel 4.3</b> Data Responden Berdasarkan Usia.....	57
<b>Tabel 4.4</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
<b>Tabel 4.5</b> Data Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	58
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Kualitas Produk .....	59
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Citra Merek.....	62
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	64
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Minat Variabel.....	66
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Kualitas Produk.....	69
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Citra Merek .....	69
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	70
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Minat Beli .....	70
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas .....	71
<b>Tabel 4.15</b> Tabel Uji Kolmogorov-Smirnov.....	73
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas.....	74
<b>Tabel 4.17</b> Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
<b>Tabel 4.18</b> Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	78
<b>Tabel 4.19</b> Uji T .....	79
<b>Tabel 4.20</b> Uji F .....	80



## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Lemeshow .....	44
<b>Rumus 3.2</b> Uji Validitas .....	49
<b>Rumus 3.3</b> Uji Reliabilitas .....	49
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linear Berganda.....	52