

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*,
CUSTOMER RATING DAN KONTEN *MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION*
DI *TIKTOK SHOP* KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
RENITA GULTOM
200910153**

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

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*,
CUSTOMER RATING DAN KONTEN *MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION*
DI *TIKTOK SHOP* KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
RENITA GULTOM
200910153**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya :

Nama : Renita Gultom

NPM : 200910153

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *Customer Review, Customer Rating* dan *Konten Marketing Terhadap Minat Beli Produk Fashion di Tiktok Shop Kota Batam*” adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana 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, 14 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Renita Gultom

200910153

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*,
CUSTOMER RATING DAN KONTEN *MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION*
DI *TIKTOK SHOP* KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
RENITA GULTOM
200910153**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 15 Januari 2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Khoiri', is positioned above the name of the supervisor.

M. Khoiri, S.Pd., M.Pd.

Pembimbing



ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah individu yang menjadi pelanggan yang telah membeli produk fashion di TikTok Kota Batam pada tahun 2023, yang jumlahnya tidak diketahui. Penelitian ini mengkaji hubungan antara customer review, customer rating dan konten marketing terhadap minat beli untuk membeli produk fashion di toko tersebut. Sampling purposive digunakan untuk mengumpulkan 204 responden, yang dipilih melalui rumus Jacob Cohen. Uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis adalah bagian dari proses regresi linier berganda dalam tahap analisis data. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa customer review memiliki pengaruh sebesar 26,9% terhadap minat beli, customer rating memiliki pengaruh sebesar 18,0% terhadap minat beli, dan konten marketing memiliki pengaruh sebesar 13,4% terhadap minat beli. Secara keseluruhan, analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa customer review, customer rating dan konten marketing mampu menjelaskan sebanyak 30,4% variasi dalam minat beli. Selain itu, hasil dari uji t dan F menunjukkan bahwa customer review, customer rating dan konten marketing memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara parsial maupun secara bersamaan, terhadap minat beli produk fashion di TikTok Shop Kota Batam.

Kata kunci : *Customer Rating, Customer Review, Konten Marketing, Minat Beli*

ABSTRACT

The focus of this research is individuals who are customers who have purchased fashion products on TikTok in Batam City in 2023, the number of which is unknown. This research examines the relationship between customer reviews, customer ratings and marketing content on purchasing interest in buying fashion products at the store. Purposive sampling was used to collect 204 respondents, selected using the Jacob Cohen formula. Data quality testing, classical assumption testing, and hypothesis testing are part of the multiple linear regression process in the data analysis stage. The results of multiple linear regression analysis show that customer reviews have an influence of 26.9% on purchase interest, customer ratings have an influence of 18.0% on purchase interest, and marketing content has a 13.4% influence on purchase interest. Overall, analysis of the coefficient of determination (R²) shows that customer reviews, customer ratings and marketing content are able to explain 30.4% of the variation in purchasing interest. Apart from that, the results of the t and F tests show that customer reviews, customer ratings and marketing content have a significant influence, both partially and simultaneously, on interest in buying fashion products at TikTok Shop Batam City.

Keywords : *Customer Rating, Customer Review, Marketing Content, Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Review* , *Customer rating* dan konten *marketing* terhadap minat beli produk *fashion* di *Tiktok shop* kota Batam”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari begfgrbagai pihak, yang telah menghabiskan banyak waktu, tenaga, dll. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., MIKom. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Realize, S.Kom., SI. Selaku Pembimbing Akademik pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Kedua orangtua saya Midian Gultom dan Mariana Sinaga yang selalu mendukung dan memberikan saya semmangat dalam penyusunan skripsi saya
7. Abang saya Rafael Gultom, dan adek-adek saya Rinda Gultom, Rievan Gultom, dan Rendi Gultom yang juga selalu memberikan saya semangat untuk menyusun skripsi ini.
8. Sahabat saya Netasia Rafika Purba yang selalu memberi semangat untuk saya dan mendukung saya selalu dalam menyusun skripsi ini, dan
9. Teman saya Despiana Fitri dan Miftachul Hasanah yang sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini
10. Terakhir untuk diri saya sendiri yang telah berusaha dan bekerja keras selama membuat skripsi. Saya bangga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini, sehingga dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Atas bantuan, semangat dan bimbingan tersebut, sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih. Semoga Tuhan memberikan ganjaran pahala atas amal yang diberikan kepada penulis. Aamiin.

Batam, 15 Januari 2024



Renita Gultom



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Costumer Review	13
2.1.1.1 Definisi Costumer Review	13
2.1.1.2 Faktor-Faktor Costumer Review	14
2.1.1.3 Indikator Costumer Review	15
2.1.2. Costumer Rating	16
2.1.2.1 Definisi Costumer Rating.....	16
2.1.2.2 Faktor-Faktor Costumer Rating	16
2.1.2.3 Indikator Costumer Rating.....	17
2.1.3. Konten Marketing	19
2.1.3.1 Definisi Konten Marketing	19
2.1.3.2 Faktor-Faktor Konten Marketing	19

2.1.3.3 Indikator Konten Marketing.....	21
2.1.4 Minat Beli	21
2.1.4.1 Definisi Minat Beli.....	21
2.1.4.2 Faktor- Faktor Minat Beli	22
2.1.4.3 Indikator Minat Beli.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Hubungan Antara Variabel <i>Customer Review</i> Terhadap Minat Beli.....	27
2.3.2 Hubungan Antara <i>Customer Rating</i> Terhadap Mminat Beli	28
2.3.3 Hubungan Antara Konten <i>Marketing</i> Terhadap Minat Beli	28
2.3.4 Hubungan Antara Variabel <i>Customer Review</i> , <i>Custimer Rating</i> dan Konten <i>Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sifat Penelitian	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	31
3.3.1 Lokasi Penelitian	31
3.3.2 Periode Penelitian.....	31
3.4 Operasional Variabel	32
3.4.1 Variabel Bebas (Independen Variabel)	33
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel).....	33
3.5 Populasi Dan Sampel.....	34
3.5.1 Populasi.....	34
3.5.2 Sampel.....	34
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1 Sumber Data.....	36
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Metode Analisis Data	37
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.8 Uji Kualitas Data.....	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Realibilitas	39

3.9 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.9.1 Uji Asumsi Normalitas Data	39
3.9.2 Uji Asumsi Multikolinieritas.....	40
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.10 Uji Pengaruh.....	42
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.10.2 Uji Determinasi (R ²).....	42
3.11. Uji Hipotesis.....	43
3.11.1 Uji T (Uji Parsial).....	43
3.11.2 Uji F (Uji Simultan)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi	47
4.3 Deskripsi Jawaban Rssponden	49
4.3.1 <i>Customer Review</i> , (X ¹).....	49
4.3.2 <i>Customer Rating</i> (X ²).....	50
4.3.3 <i>Konten Marketing</i> (X ³)	51
4.3.4 Minat Beli (Y).....	52
4.4 Analisis Data	53
4.4.1 Uji Instrumen	53
4.4.1.1 Uji Validitas	53
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	56
4.4.2.2 Uji Multikolonieritas.....	58
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.5 Uji Pengaruh	60
4.5.1 Uji Analisis Linear Berganda.....	60
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi R ²	61
4.6 Pengujian Hipotesis.....	62
4.6.1 Uji T	62

4.6.2 Uji F	64
4.7 Pembahasan.....	64
4.8 Implikasi Hasil Penelitian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Customer Review.....	6
Gambar 1. 2 Customer Rating	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Histogram	56
Gambar 4. 2 Normal P-Plot.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional Penelitian	33
Tabel 3. 3 Skala Likert	36
Tabel 3. 4 Rentang Skala.....	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Lama Penggunaan Aplikasi Responden	48
Tabel 4. 4 Hasil Kuisisioner Mengenai Customer Review	49
Tabel 4. 5 Hasil Kuisisioner Customer Rating.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Kuisisioner mengenai Konten Marketing.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Kuisisioner mengenai Minat Beli	52
Tabel 4. 8 Hasil pengujian Customer Review (X1)	53
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Customer Rating (X2).....	54
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Konten Marketing (X3).....	54
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas Minat Beli (Y)	55
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Reabilitas.....	55
Tabel 4. 13 Uji Kolmogorov Smirnov.....	58
Tabel 4. 14 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4. 15 Uji Gletser	59
Tabel 4. 16 Uji Analisis Linear Berganda	60
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4. 18 Uji T X1 Terhadap Y.....	62
Tabel 4. 19 Uji T X2 Terhadap Y.....	63
Tabel 4. 20 Uji T X3 Terhadap Y.....	63
Tabel 4. 21 Uji F.....	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Jacob Cohen	35
Rumus 3. 2 Rentang Skala	37
Rumus 3. 3 T Hitung	43
Rumus 3. 4 F Hitung	44