

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK THE ORIGINOTE
PADA TIKTOKSHOP**

SKRIPSI



Oleh :

Ruma Isyah Putri Mahing

200910260

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK THE ORIGINOTE
PADA TIKTOKSHOP**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ruma Isyah Putri Mahing

200910260

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Ruma Isyah Putri Mahing
NPM : 200910260
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE PADA TIKTOKSHOP"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan, 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 di batalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 22 Juni 2024



Ruma Isyah Putri Mahing

200910260

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK THE ORIGINOTE
PADA TIKTOKSHOP**

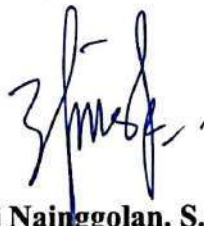
SKRIPSI

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

**Oleh :
Ruma Isyah Putri Mahing
200910260**

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

Batam, 22 Juni 2024



**Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si
Pembimbing**



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak kualitas produk, kepercayaan, dan word-of-mouth elektronik (E-WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen untuk produk The Originote pada TikTokshop. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 100 peserta yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, termasuk individu yang membeli produk The Originote di TikTokshop di Kota Batam dan berusia antara 16-35 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada para konsumen tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif untuk menganalisis secara komprehensif dinamika pasar digital saat ini. Berbagai uji statistik dilakukan menggunakan SPSS versi 25. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, serta uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan, dan E-WOM memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk The Originote di TikTokshop. Temuan ini memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku industri kecantikan dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif di era digital. Mereka menekankan pentingnya menggunakan word-of-mouth elektronik (E-WOM) dan menjaga kualitas produk untuk meningkatkan kepercayaan dan merangsang keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan, e-WOM, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the Influence of product quality, trust, and electronic word of mouth (E-WOM) on consumers' purchasing decisions for The Originote items on Tiktokshop. This study comprised a sample of 100 participants who were chosen according to specific criteria, including individuals who bought The Originote products at Tiktokshop in Batam City and fell within the age range of 16-35 years. Data was collected through questionnaires distributed to these consumers. The origin of the note is at TikTokshop in Batam City. This research employed a quantitative technique to comprehensively analyze the present dynamics of the digital market. It utilized a series of statistical tests conducted with SPSS version 25. Validity and reliability tests were conducted to confirm the trustworthiness of the gathered data. The assumption tests employed in this study encompass normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. In addition, hypothesis testing is conducted using multiple linear regression tests, coefficient of determination tests, as well as t tests and F tests. The investigation reveals that product quality, trust, and e-WOM exert a substantial and favorable impact on purchasing decisions for The Originote items on TikTokshop. These findings offer useful insights for beauty industry participants in creating effective marketing strategies in the digital age. They emphasize the significance of using electronic word of mouth (e-WOM) and upholding product quality to enhance trust and stimulate purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Trust, e-WOM, and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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;
3. Ketua Program Studi ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si;
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Bapak M. Rum Mahing dan Ibu Magdalena Siagian selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan support, selalu memberikan kasih sayang yang berlimpah kepada peneliti dan selalu memberikan doa yang terbaik bagi peneliti dari awal sampai selesainya skripsi. Terima kasih banyak.
8. Untuk (Almh) Mitma Adinda Laura Mahing selaku saudari dari peneliti yang telah memberikan semangat bagi peneliti untuk terus melangkah maju dan mewujudkan mimpi peneliti.
9. Tika, fero, rizka, deska, yuniken selaku teman seperjuangan peneliti yang membantu dan memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.

Batam, 22 Juni 2024



Ruma Isyah Putri Mahing

200910260



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 TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Secara Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Kualitas Produk	11
2.1.2 Kepercayaan	15
2.1.3 E-WOM	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	28
2.3.3 Pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian.....	29

2.4	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Sifat penelitian	32
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.4	Populasi dan Sampel.....	34
3.4.3	Teknik Sampling.....	35
3.5	Sumber Data	35
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.8	Metode Analisis Data	38
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen.....	40
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	41
3.9	Uji Hipotesis	43
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.9.2	Uji Koefisien Determinan.....	44
3.9.3	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t).....	44
3.9.4	Uji F.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran umum objek penelitian.....	46
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	47
4.2.1	Jenis Kelamin.....	48
4.2.2	Usia Responden	48
4.2.3	Pendidikan	49
4.2.4	Jumlah Penghasilan	50
4.2.5	Jumlah Pembelian.....	50
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	51
4.3.1	Kualitas Produk (X1).....	51
4.3.2	Kepercayaan (X2).....	52
4.3.3	E-WOM (X3).....	52
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.4	Analisis Data.....	54
4.4.1	Hasil Uji Validitas	54
4.4.2	Uji Reliabilitas	55

4.5	Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1	Hasil Normalitas	56
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	57
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	58
4.6	Pengujian Hipotesis	59
4.6.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.6.2	Hasil Uji Koefisien Determinan R²	60
4.6.3	Uji Parsial (uji t)	61
4.6.4	Uji F.....	62
4.7	Pembahasan	63
4.7.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktokshop.....	63
4.7.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktokshop.....	63
4.7.3	Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktokshop	64
4.7.4	Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktokshop.	64
4.8	Implikasi Hasil Penelitian.....	65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN

LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN DAN HASIL TURNITIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Brand terlaris di tiktokshop	7
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1	Jadwal Periode Penelitian.....	33
Tabel 3. 2	Skala Likert	36
Tabel 3. 3	Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 4	Rentang Skala.....	40
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	48
Tabel 4. 3	Pendidikan Responden	49
Tabel 4. 4	Jumlah Penghasilan Responden	50
Tabel 4. 5	Jumlah Pembelian Responden.....	51
Tabel 4. 6	Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X1).....	51
Tabel 4. 7	Hasil Kuesioner Kepercayaan (X2).....	52
Tabel 4. 8	Hasil Kuesioner E-WOM.....	53
Tabel 4. 9	Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 12	Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4. 15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 16	Hasil Uji Koesisien Determinan	60
Tabel 4. 17	Hasil Uji t	61
Tabel 4. 18	Hasil Uji f.....	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Lemeshow	34
Rumus 3. 2 Rentang Skala	39
Rumus 3. 3 Cronbach Alpha	41
Rumus 3. 4 VIF	42
Rumus 3. 5 Persamaan Linier Berganda	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Tiktok di dunia.....	4
Gambar 1. 2 Permasalahan Kualias Produk	5
Gambar 1. 3 Permasalahan Kepercayaan	6
Gambar 1. 4 Permasalahan E-WOM	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Logo The Originote	47