

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-
COMMERCE* TIKTOK *SHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Dwi Natalia Angela Siallagan
210910273**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-
COMMERCE* TIKTOK *SHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Dwi Natalia Angela Siallagan
210910273**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dwi Natalia Angela Siallagan

NPM : 210910273

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* 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 di dalam 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, 14 Juli 2025



Dwi Natalia Angela Siallagan

210910273

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-
COMMERCE* TIKTOK *SHOP* DI KOTA BATAM**

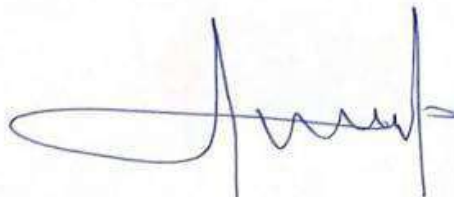
SKRIPSI

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

**Oleh
Dwi Natalia Angela Siallagan
210910273**

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

Batam, 14 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop on the left and several smaller, connected loops on the right, ending with a vertical line.

**Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sistematis pengaruh *word of mouth*, kualitas produk, dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada *platform e-commerce* TikTok Shop di Kota Batam. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian deskriptif. Responden dalam penelitian ini terdiri atas 100 individu yang pernah melakukan pembelian produk *cushion* Pixy melalui TikTok Shop, yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria dari *Lameshow*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan sejumlah teknik statistik, termasuk uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* memberikan kontribusi sebesar 19,2% terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh kualitas produk sebesar 29,2%, dan kepercayaan konsumen sebesar 33,8%. Ketiga variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan 80,5% variasi dalam keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil pengujian, disimpulkan bahwa *word of mouth*, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan dan positif, baik secara parsial maupun bersama-sama, terhadap keputusan pembelian melalui TikTok Shop di wilayah Kota Batam.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *Word of Mouth*.

ABSTRACT

This study aims to systematically analyze the influence of word of mouth, product quality, and consumer trust levels on purchasing decisions on the TikTok Shop e-commerce platform in Batam City. This study uses a quantitative approach with a descriptive research design. Respondents in this study consisted of 100 individuals who had purchased Pixy cushion products through TikTok Shop, selected using a purposive sampling technique based on Lameshow criteria. Data collection was carried out by distributing questionnaires that had gone through a validity and reliability test process. The collected data were analyzed using a number of statistical techniques, including classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing through partial and simultaneous tests. The results showed that word of mouth contributed 19.2% to purchasing decisions, followed by product quality at 29.2%, and consumer trust at 33.8%. These three variables simultaneously explained 80.5% of the variation in consumer purchasing decisions. Based on the test results, it was concluded that word of mouth, product quality, and consumer trust had a significant and positive effect, both partially and together, on purchasing decisions through TikTok Shop in the Batam City area.

Keywords: *Consumer Trust, Product Quality, Purchasing Decision, Word of Mouth.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 14 Juli 2025



Dwi Natalia Angela Siallagan



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	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 Secara Teoritis	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 <i>Word Of Mouth</i>	13
2.1.1.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	13
2.1.1.2 Aspek <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.1.3 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.1.2.2 Kelompok Kualitas Produk	17
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	19
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	19
2.1.3.2 Faktor Kepercayaan Konsumen	21
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan Konsumen	21
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	24
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.3.1 Hubungan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3 Hubungan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	34

2.4	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Sifat Penelitian	36
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	37
3.3.1	Lokasi Penelitian	37
3.3.2	Periode Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	38
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	40
3.5	Sumber Data.....	40
3.6	Metode Pengumpulan Data	42
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	43
3.7.1	Variabel Independen (X).....	43
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	45
3.8.2	Uji Kualitas Data	46
3.8.2.1	Uji Validitas	46
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	47
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 Heteroskedastisitas	51
3.8.4	Uji Pengaruh.....	51
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.9	Uji Hipotesis.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	60
4.2.5	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	61
4.3.1	Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	62
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2)	63
4.3.3	Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X3).....	64
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	66

4.4	Analisis Data	67
4.4.1	Uji Kualitas Data	67
4.4.1.1	Uji Validitas	67
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	70
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	71
4.4.2.1	Uji Normalitas	71
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	74
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.4.3	Uji Pengaruh.....	76
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.5	Pengujian Hipotesis.....	78
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	78
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	80
4.6	Pembahasan.....	81
4.6.1	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.6.4	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	87
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		90
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan <i>Word Of Mouth</i>	3
Gambar 1.2 Keluhan Kualitas Produk	4
Gambar 1.3 Keluhan Kepercayaan	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	71
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan <i>Cushion Pixy</i> di <i>TikTok Shop</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusiner.....	42
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	46
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	60
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	62
Tabel 4.7 Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	62
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.9 Deskriptif Kepercayaan Konsumen.....	65
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X3).....	68
Tabel 4.14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	73
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	78
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan).....	80

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lamshow</i>	39
Rumus 3.2 Rentang Skala	45
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	47
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	48
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	52
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	53
Rumus 3.7 Uji t	55
Rumus 3.8 Uji f.....	56