

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION MS GLOW*  
DI *ECOMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**TUGAS AKHIR**

**ARSANTI PADILA**

**193402516087**



**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION MS GLOW*  
DI *ECOMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**ARSANTI PADILA**

**193402516087**



**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menutakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION MS GLOW* DI *ECOMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA**

UNIVERSITAS NASIONAL

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta.



ARSANTI PADILA

193402516087

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION MS GLOW* DI *ECOMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**Nama Mahasiswa : ARSANTI PADILA**

**Nomor Pokok : 193402516087**

**Program Studi : MANAJEMEN**



**Menyetujui,**

**Pembimbing Tugas Akhir**

**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Jakarta, Februari 2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI BODY LOTION MS GLOW DI ECOMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : **ARSANTI PADILA**

Nomer Pokok : **193402516087**

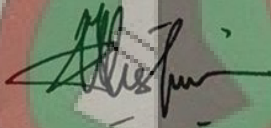
Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima Dan Diserahkan Oleh Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional

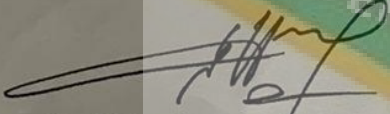
Menyetujui,

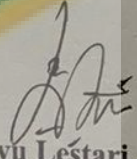
Pembimbing Tugas Akhir,

  
(Dr. Resti Hardini, S.E., M.SI.)

Ketua Penguji


Anggota /Penguji

  
(Prof. Drs. Umar Basalim, DES)

  
(Dr. Rahayu Lestari, SE., M.M)

Mengetahui,

Dekan,

  
(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta : 20 februari 2023

Tanggal Lulus: 20 Februari 2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI *BODY LOTION MS GLOW* DI *ECOMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**Oleh:**

**Arsanti Padila**

**NPM 193402516087**

**Tugas akhir di bawah bimbingan Dr Resti Hardini, S.E., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam variabel independen penelitian ini berupa variabel kualitas produk, variabel *brand image* dan variabel *electronic word of mouth* terhadap variabel dependen penelitian ini berupa variabel minat beli *Body lotion Ms glow*. Metode dalam penelitian ini berupa deskriptif – kuantitatif dengan populasi berupa responden atau lebih spesifik konsumen *body lotion Ms glow*. Sampel yang merupakan responden penelitian berjumlah 96 dengan teknik non probability sampling. Dalam menggunakan teknik non probability sampling diharapkan sampel sesuai dengan syarat atau kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data yang digunakan berupa data primer dengan menyebarkan kuesioner dengan uji model berupa regresi linear berganda yang diolah menggunakan spss 23. Hasil ditemukan setelah dianalisis menggunakan olah data dengan kesimpulan sebagai berikut bahwa kualitas produk, *brand image* dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Sebelumnya telah diuji terhadap item – item pernyataan yang dinyatakan valid serta reliable.

**Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth*.**

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON INTEREST TO BUY MS GLOW BODY LOTION AT ECOMMERCE SHOPEE AMONG NATIONAL UNIVERSITY STUDENTS***

**By:**

***Arsanti Padila***

***NPM 193402516087***

***This thesis under the guidance of Dr Resti Hardini, S.E., M.Si***

*This study aims to determine the effect of the independent variables in this study in the form of product quality variables, brand image variables and electronic word of mouth variables on the dependent variable of this study changing interest in buying Body lotion Ms glow. The method in this study is descriptive - quantitative with a population of respondents or more specifically consumers of Ms. Glow's body lotion. The sample which is the research respondent is 96 with non-probability sampling technique. In using the non-probability sampling technique, it is expected that the sample is in accordance with the terms or criteria needed in this study. The data used is in the form of primary data by distributing questionnaires with the model test in the form of multiple linear regression processed using SPSS 23. The results were found after being analyzed using data processing with the following conclusions that product quality, brand image and electronic word of mouth have a positive and significant effect on buying interest. Previously tested against statement items which were declared valid and reliable.*

***Keywords: Product Quality, Brand Image and Electronic Word of Mouth.***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama : Arsanti Padila  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 Oktober 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat Rumah : Bojong Depok Baru EE-8 RT: 001/008  
Kel. Kedung Waringin, Kec. Bojonggede  
Telepon/HP : 081311161523  
Email : [arsantipadilahh@gmail.com](mailto:arsantipadilahh@gmail.com)

### B. RIYAWAT PENDIDIKAN

2007 - 2013 : SD Negeri 06 Bojonggede  
2013 - 2016 : Pesantren Al – Hidayah Boarding School  
2016 – 2019 : SMK Negeri 1 Bojonggede  
2019 – 2023 : Universitas Nasional



Jakarta

ARSANTI PADILA

NPM 193402516087



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadirat Allah bhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, teriring shalawat serta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalalaahu Alaihi wassalaam. Terimakasih atas segala petunjuk, hidayah, kelancaran dan segala kemudahan yang telah engkau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli *Body Lotion Ms Glow* di *Ecommerce Shopee* Pada Universitas Nasional”

Adapun maksud dan tujuan penulis tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ph.D selaku Dekan Falkutas Ekonomi dan Bisnis
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari , S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasiona
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Dr. Resti Hardini, D.E., M. Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, motivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah

bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Teruntuk kedua orang tua saya Bapak Arsyad Nasution dan Ibu Dahlia Hasibuan serta kaka saya Nurul Hasanah dan adik saya Indah Permata Sari yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
10. Kepada teman-teman seperjuangan saya Nese, Nadya, Aniy, Arfiy, Putri, Sopsop, Risma, Selvi, Osha, Rispa, Ilma, Rusydina, Priska, Sindi, Salsa yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada sahabat – sahabat saya Natasya, Saiza, Risma, Manda, Awa, Albi yang telah sabar menemani, membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
12. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
13. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
14. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Terima kasih, Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	3
LEMBAR PERSETUJUAN .....	4
LEMBAR PENGESAHAN .....	5
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran .....	6
B. Bauran Pemasaran.....	6
1. Kualitas Produk.....	10
2. Brand Image.....	13
3. Electronic Word of mouth (e-WOM).....	15
4. Minat Beli.....	18
A. Keterkaitan Antar Variabel.....	20
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	20
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	20
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....	21
B. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian.....	22
C. Kerangka Analisis.....	25
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek Penelitian.....	27
B. Data Penelitian .....	27

1. Sumber Data dan Jenis.....	27
2. Populasi dan Sampel .....	27
C. Definisi Operasional .....	30
1. Variabel Independent (Bebas) .....	30
2. Variabel Dependent (Terikat) .....	30
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	32
1. Metode Analisis.....	32
2. Uji Instrumen Penelitian .....	33
3. Uji Asumsi Klasik.....	34
4. Uji Kelayakan Model .....	36
5. Pengujian hipotesis ( uji t ).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	38
A. Hasil Penelitian .....	38
1. Deskripsi Data Penelitian .....	38
2. Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
3. Deskripsi Responden.....	39
4. Analisis Deskriptif.....	42
5. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	46
B. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y) .....	59
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	60
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) terhadap Minat Beli (Y).....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand body Lotion Terlaris di Shoppe pada periode 1-15 agustus 2021 .....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian.....	22
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Like Art.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.4 Instrument Skala Likert.....	43
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	43
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2) .....	44
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	45
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	46
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	47
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	48
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	48
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	49
Tabel 4.13 Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X1), <i>Brand Image</i> (X2), <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) dan Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4.14 Output Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.15 Output Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4.16 Output Uji Glejser (Heteroskedastisitas) .....	53
Tabel 4.17 Output Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.18 Output Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel 4.19 Output Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56
Tabel 4.20 Output Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
Tabel 4.21 Output Uji t .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	25
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	42

