

**PENGARUH *E-WOM*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
RATING TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING
DI APP TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FEB
UNIVERSITAS NASIONAL**



TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Julyta Risnah Ekasakti

183112340250321

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2023

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

Oleh :

JULYTA RISNAH EKASAKTI



183112340250321

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam Proposal Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING DI APP TIKTOK PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL

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

Jakarta, 6 Februari 2023




Julyta Risnah Ekasakti


183112340250321

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir	: PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING DI APP TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL
Nama Mahasiswa	: Julyta Risnah Ekasakti
Nomor Pokok Mahasiswa	: 183112340250321
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,

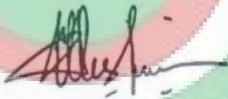
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING DI APP TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

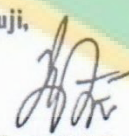
Nama Mahasiswa : **Julyta Risnah Ekasakti**
Nomor Pokok Mahasiswa : **183112340250321**
Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

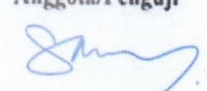
Menyetujui
Pembimbing Skripsi,


Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Ketua Penguji,


Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Anggota/Penguji


Dr. Ir Saharso, M.M

Mengetahui,

Dekan,



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

ABSTRAK

**PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
RATING TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING
DI APP TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FEB
UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh :

Julyta Risnah Ekasakti

NPM : 183112340250321

Tugas Akhir dibawah bimbingan, Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh *E-wom*, *online customer review* dan *rating* terhadap minat beli scarlett whitening di app tiktok pada mahasiswa FEB universitas nasional. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dengan menggunakan data primer yang melalui metode pengumpulan data kuesioner pada minat beli scarlett whitening di app tiktok. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis inferensial dengan regresi linear berganda yang menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.0. Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel *E-wom* (X1), *Online Customer Review* (X2), *Rating* (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dari pengaruh *E-wom*, *online customer review* dan *rating* mempengaruhi minat beli secara bersamaan.

Kata kunci : *E-WOM*, *Online Customer Review* dan *Rating*, Minat Beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING ON INTEREST TO BUY SCARLETT WHITENING IN TIKTOK SHOP APP AT FEB STUDENTS AT UNIVERSITAS NASIONAL

By :

Julyta Risnah Ekasakti

NPM : 183112340250321

Thesis, under the guidance Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This study aims to analyze the effect of E-wom, online customer reviews and rating on the interest in buying Scarlett Whitening in the TikTok app for FEB students at the National University. The samples taken in this study were 96 respondents using primary data using the questionnaire data collection method on the interest in buying scarlett whitening in the TikTok app. The data analysis technique uses inferential analysis techniques with multiple linear regression using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 25.0 program. The results of multiple linear regression analysis show that the variables E-wom (X1), Online Customer Reviews (X2), Rating (X3), have a positive and significant effect on Purchase Intention. So it can be interpreted that the variables from the influence of E-Wom, online customer reviews and ratings influence buying interest simultaneously.

Keywords : E-wom, Online Customer Reviews and Rating, Buying Interest

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : Julyta Risnah Ekasakti
NPM : 183112340250321
TTL : Jakarta, 15 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jln. Warakas 5 gang 6 Rt.007/09, Warakas, Jakut
Telepon/HP : 085881589299
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam

2. Data Pendidikan

- SDN Warakas 01 Pagi 2006 - 2012
- SMPN 65 2013 - 2015
- SMA Yappenda 2016 - 2018



KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur yang telah di panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul "E-WOM, Online Customer Review dan rating Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening di app TikTok Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional". Skripsi ini yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pihak lain pada umumnya. Penulis dapat banyak pelajaran dalam penyusunan skripsi ini dan tentunya mendapatkan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang saya sangat hormati, yang begitu tenang, sabar membantu menyempurnaan kekurangan dan memberikan seluruh arahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Riswanto dan Ibu Ropinah selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan samngat, doa yang sangat tulus dan memberikan banyak sekali pelajaran sehingga penulis mampu berada ditahap ini hingga skripsi selesai.

6. Kepada sahabat saya dumbways Diaz, Laura, Dinanti, Indah dan Wardah yang saya sayangi telah membantu dan bersama penulis, selalu berada disisi penulis disaat mengerjakan skripsi ini.
7. Kepada saudara saya Shella yang telah memberikan penulis suatu motivasi untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Kepada teman-teman kuliah saya Adel, Cindy, Tiara yang sudah bersama penulis dari awal masuk kuliah dan sudah memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Kepada Aden, Ryan dan Dony orang-orang yang berada disetiap pengerjaan skripsi ini dan memberikan dukungan yang sangat tulus kepada penulis dan penyemangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Last but not least terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah yakin dan percaya bahwa bisa menyelesaikan skripsi ini.



Jakarta,

Julyta Risnah Ekasakti

NPM : 183112340250321

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Manajemen Pemasaran	10
a. Pengertian Pemasaran	10
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
B. Media Sosial	11
a. Pengertian media sosial	11
C. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	11
a. Pengertian <i>E-WOM</i>	11
b. Karakteristik <i>E-WOM</i>	12
c. Indikator <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	13
D. <i>Online Customer Review</i>	13
a. Definisi <i>Online Customer Review</i>	13
b. Dimensi <i>Online Customer Review</i>	14
c. Indikator <i>Online Customer Review</i>	14
E. <i>Rating</i>	16
a. Definisi <i>Rating</i>	16

b. Dimensi <i>Rating</i>	16
c. Indikator <i>Rating</i>	17
F. Minat beli	17
a. Definisi Minat Beli.....	17
b. Aspek Minat Beli	18
c. Tahapan minat beli.....	19
d. Indikator minat beli.....	19
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
B. Kerangka Analisis.....	21
C. Hipotesis	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian.....	23
B. Data Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	23
D. Operasional Variabel	25
E. Metode Analisis Data	27
F. Analisis Uji Asumsi Klasik	29
G. Analisis Uji Kelayakan Hipotesis	30
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian	32
a. Sejarah Scarlett Whitening.....	32
b. Karakteristik Responden	33
B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	37
a. Hasil Analisis Deskriptif	38
b. Uji Instrumen	42
c. Uji Klasik	48
d. Analisis Regresi Linear Berganda	54
d. Analisis Uji Kelayakan Hipotesis.....	55
C. Pembahasan	59
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	59

2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli	60
3. Pengaruh <i>Rating</i> Terhadap Minat Beli	61
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 JUMLAH PELANGGAN YANG MEMBELI DAN MEMBERIKAN PENILIAN TERHADAP PRODUK SCARLETT WHITENING DI APLIKASI TIKTOK 2021-2022.....	5
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian	20
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 4 Presentase Respomdem Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4. 5 Skala Likert	37
Tabel 4. 6 Tabel Skor Variabel Electronic Word Of Mouth.....	38
Tabel 4. 7 Tabel Skor Variabel Online Customer Review.....	39
Tabel 4. 8 Tabel Skor Variabel Rating.....	40
Tabel 4. 9 Tabel Skor Variabel Minat Beli	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas electronic word of mouth	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas online customer review	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Rating	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Minat Beli	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Electronic word of mouth.....	46
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Online customer review	47
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Rating	47
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	47
Tabel 4. 19 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 21 Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4. 22 Hasil Uji Run Test.....	52
Tabel 4. 23 Hasil Uji Glijser	53
Tabel 4. 24 Hasil Uji Park.....	54
Tabel 4. 25 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 26 Hasil Uji Simultan.....	56
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Kuartal II 2022	2
Gambar 1.2 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terbanyak di Dunia pada 2020	4
Gambar 4. 1 Semua Varian Scarlett Whitening di TikTok	33
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	36
Gambar 4. 5 Hasil Uji Grafik Scatterplots	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabel Tabulasi

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Tabel T, Tabel F dan Tabel R

