

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, *BRAND TRUST* TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI AIRWALK PADA  
SHOPEE di DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**AMALIATUL MUKAROMAH  
223402516184**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**2026**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, *BRAND TRUST* TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI AIRWALK PADA  
SHOPEE di DKI JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**AMALIATUL MUKAROMAH**  
**223402516184**



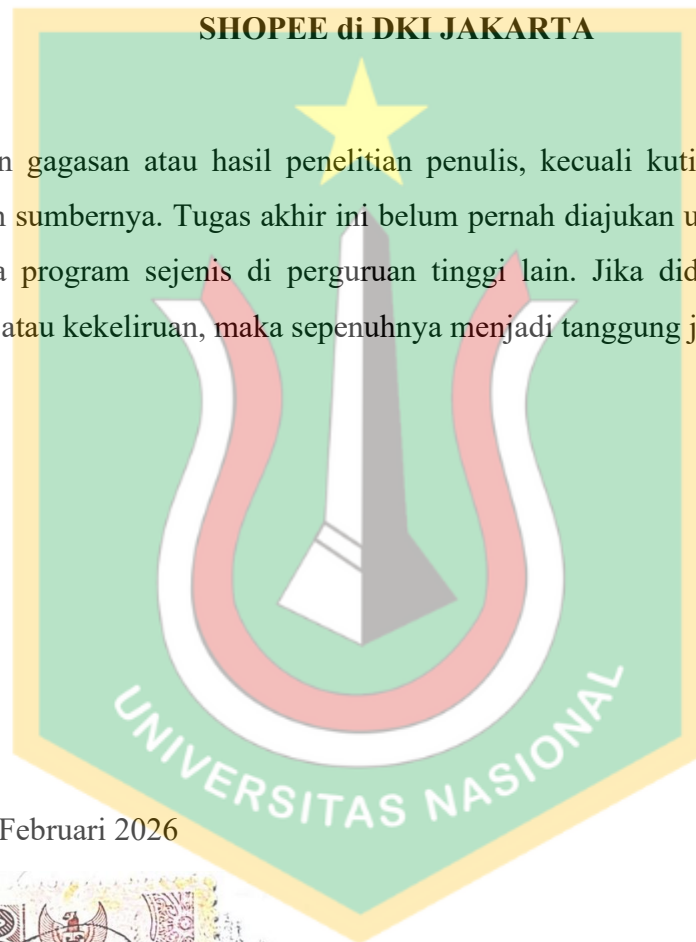
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**2026**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, *BRAND TRUST* TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI AIRWALK PADA  
SHOPEE di DKI JAKARTA**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, 2 Februari 2026



Amaliatul Mukaromah

NPM: 22340251684

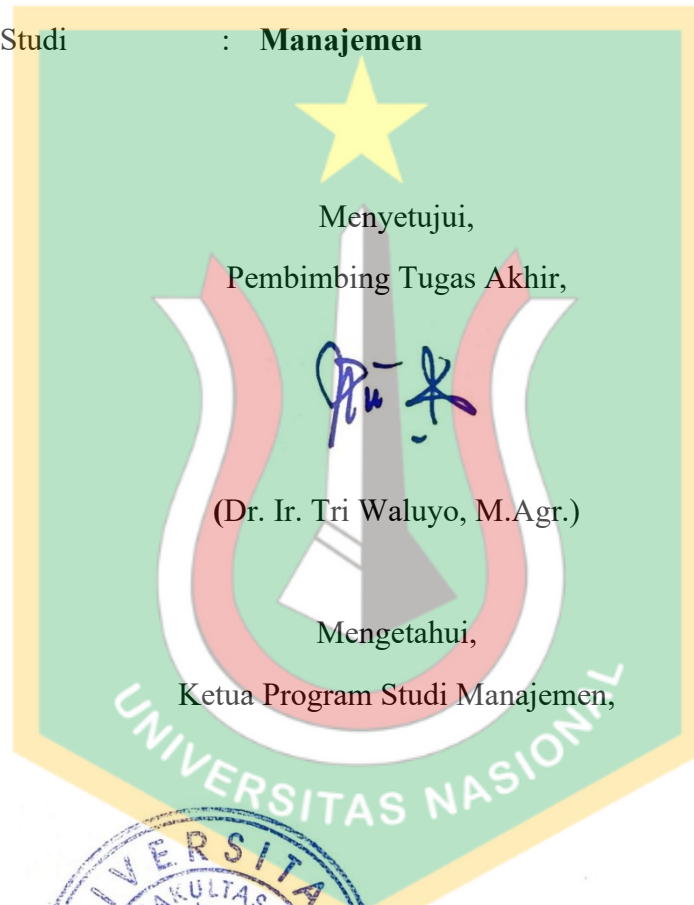
## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*,  
*BRAND TRUST* TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI  
AIRWALK PADA SHOPEE di DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Amaliatul Mukaromah**

Nomor Pokok Mahasiswa : **223402516184**

Program Studi : **Manajemen**



Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



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

Jakarta, 2 Februari 2026

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*,  
*BRAND TRUST* TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI  
AIRWALK PADA SHOPEE di DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Amaliatul Mukaromah**

Nomor Pokok Mahasiswa : **223402516184**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui**  
**Pembimbing Tugas Akhir**

  
(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

**Ketua Penguji,**

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

**Anggota Penguji,**

  
(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

**Mengetahui**

**Dekan**

**Mengetahui**  
**Dekan**  
  
(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 2 Februari 2026

Tanggal Lulus: 27 Februari 2026

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, *BRAND TRUST* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU LARI AIRWALK PADA SHOPEE di DKI JAKARTA

Oleh:

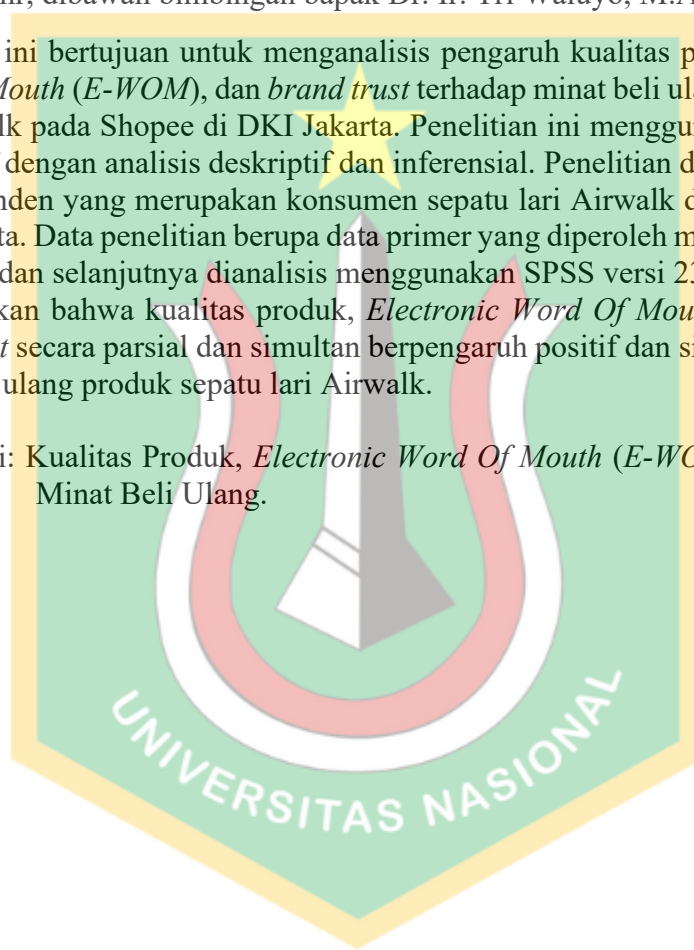
Amaliatul Mukaromah

NPM: 223402516184

Tugas Akhir, dibawah bimbingan bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, dan *brand trust* terhadap minat beli ulang produk sepatu lari Airwalk pada Shopee di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan inferensial. Penelitian dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan konsumen sepatu lari Airwalk di Shopee wilayah DKI Jakarta. Data penelitian berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, dan *brand trust* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk sepatu lari Airwalk.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, *Brand Trust*, Minat Beli Ulang.



## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), AND BRAND TRUST ON REPURCHASE INTENTION OF AIRWALK RUNNING SHOES ON SHOPEE IN DKI JAKARTA***

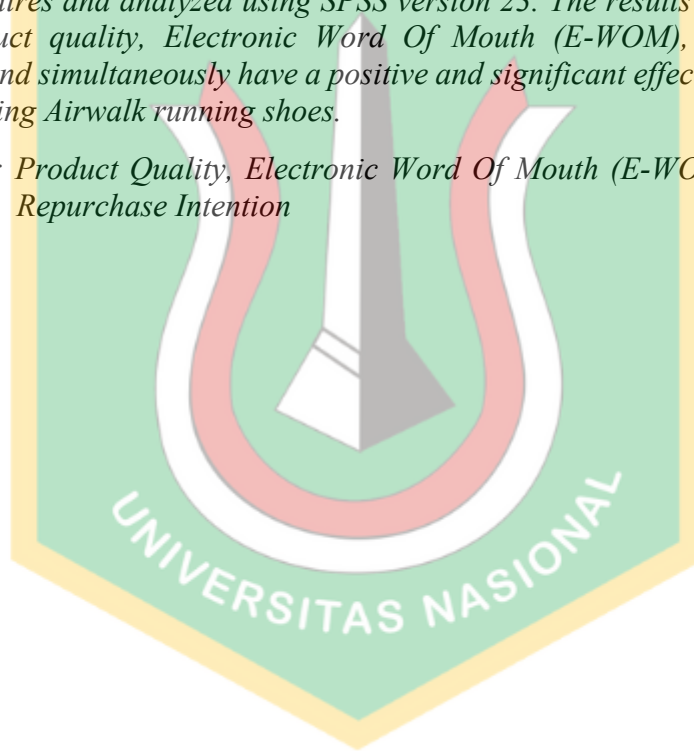
By:

Amaliatul Mukaromah

NPM: 223402516184

*This study aims to examine the effects of product quality, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), and brand trust on the Repurchase Intention of Airwalk running shoes on Shopee in DKI Jakarta. The study employs a quantitative approach with descriptive and inferential analyses. The research was conducted with 100 respondents who are consumers of Airwalk running shoes on Shopee in the DKI Jakarta area. The data used in this study are primary data collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 23. The results of the study show that product quality, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), and brand trust partially and simultaneously have a positive and significant effect on the interest in repurchasing Airwalk running shoes.*

*Keywords: Product Quality, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Trust, Repurchase Intention*



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Lari Airwalk pada Shopee di DKI Jakarta” dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional. Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti telah melalui berbagai tahapan dan memperoleh banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Ibu Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr., selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, saran, serta motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan tugas akhir ini.

8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bantuan, serta dukungan selama peneliti menempuh pendidikan.
9. Kedua orang tua dan kaka-kaka peneliti yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan material kepada peneliti.
10. Clarissa teman kuliah peneliti yang telah menemani perjalanan akademik sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir penyusunan tugas akhir ini.
11. Navila, Ceva, Tazkia, Givta dan grup Bekend yang juga memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Teman-teman kuliah seperjuangan peneliti April, Dhea, Arsy, Ikhsan, Zaki, Opang, Kinur, Dimas, Yasar yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta menjadi tambahan *referensi* dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

Terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 2 Februari 2026

Peneliti  
Amaliatul Mukaromah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Teori Terkait dengan Variabel Penelitian .....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Pemasaran .....	9
3. Minat Beli Ulang.....	11
4. Kualitas Produk.....	13
5. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	16
6. <i>Brand Trust</i> .....	19
B. Keterkaitan Antar Variabel .....	21
C. Penelitian Terdahulu .....	23
D. Kerangka Analisis .....	28
E. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek Penelitian .....	31
B. Data Penelitian .....	31
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	31
2. Populasi dan Sampel .....	32

3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	33
C. Definisi Operasional & Pengukuran Variabel.....	34
D. Metode Analisis Hipotesis dan Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Hasil Penelitian .....	41
1. Deskripsi Data Penelitian.....	41
2. Karakteristik Responden .....	42
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	46
B. Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN.....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Top Brand Index Sepatu Olahraga di Indonesia .....	2
Tabel 1. 2	Data Penjualan Adidas, Puma, Airwalk (Q1-Q3 2025).....	3
Tabel 1.3	Hasil Data Survei Pendahuluan Minat Beli Ulang Sepatu Lari Airwalk pada Shopee di DKI Jakarta .....	3
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 2	Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3. 3	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4. 2	Karakteristik Rseponden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4. 4	Rata-Rata Skor Mean Kualitas Produk .....	44
Tabel 4. 5	Rata-Rata Skor Mean <i>E-WOM</i> .....	45
Tabel 4. 6	Rata-Rata Skor Mean <i>Brand Trust</i> .....	46
Tabel 4. 7	Rata-Rata Skor Mean Minat Beli Ulang .....	47
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
Tabel 4. 13	Hasil Uji Autokorelasi .....	54
Tabel 4. 14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel 4. 15	Hasil Uji-F.....	56
Tabel 4. 16	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
Tabel 4. 17	Hasil Uji t.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Analisis .....	29
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43

