

HALAMAN MOTTO

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

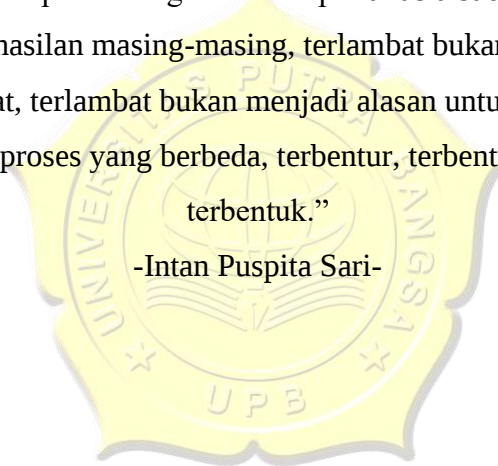
-Ika df-

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

-Ik-

“Jangan merasa iri kepada orang lain. Setiap manusia sudah ditakdirkan oleh Allah SWT. Keberhasilan masing-masing, terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat, terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah. Setiap orang memiliki proses yang berbeda, terbentur, terbentur, terbentur, lalu terbentuk.”

-Intan Puspita Sari-



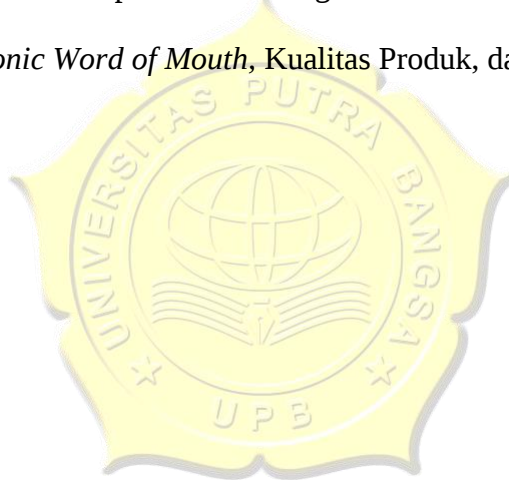
HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya terutama Mamah yang selalu memberikan dukungan, doa yang tak pernah putus untuk anaknya, berupa materi dan motivasi yang baik untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini dengan gelar untuk Bapak Marsino yang sudah ada di surga-Nya Allah, Mamah saya, dan orang-orang terdekat saya.
3. Untuk keluarga besar saya, yang tiada henti-hentinya mendukung saya baik moril maupun materil serta mendoakan dan memberikan kasih sayang selama ini.
4. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada pasangan saya yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat yang tiada hentinya untuk penulis selama berkuliah dan sampai dititik akhir ini dengan meraih gelar.
6. Kepada Sahabat saya Viola dan Sekar yang telah menemani penulis dari awal masuk kampus sampai dengan selesai dalam penyusunan skripsi ini, dan telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis untuk meraih gelar.
7. Kepada responden yang telah memberikan waktu kepada penulis dan bersedia memberikan informasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kepada almamater Universitas Putra Bangsa yang sudah membuat penulis membuat bangga dan meraih cita-citanya.
9. Wiji Astuti. Last but no least ya! Diri saya sendiri, terima kasih karena telah berjuang dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dan selalu berusaha untuk tidak menyerah serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan *Brand Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Brightening Sun Body Serum Grace and Glow di TikTok (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen). Populasi dalam penelitian ini adalah wanita pengguna brightening sun body serum Grace and Glow dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah Uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for windows version 25.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. (2) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. (3) Dan variabel *Brand Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. (4) Selain itu, ketiga masing-masing variabel secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang.

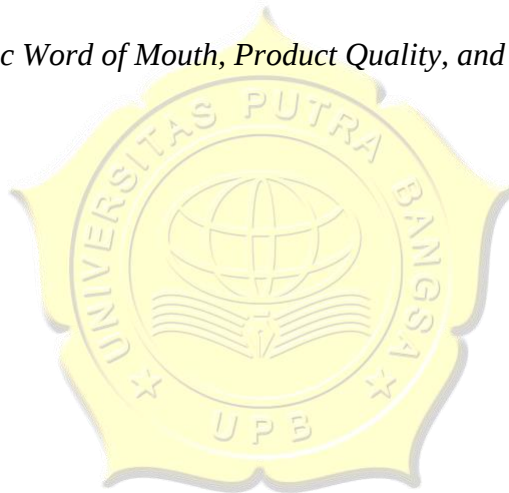
Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan *Brand Experience*



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Electronic Word of Mouth, Product Quality, and Brand Experience on Repurchase Interest of Brightening Sun Body Serum Grace and Glow on TikTok (Study in the Kebumen Regency Community). The population in this study were women users of Brightening Sun Body Serum Grace and Glow with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis used was the validity and reliability test of the instrument, the classical assumption test, the regression test, the hypothesis test, and the coefficient of determination test. The data processing tool used SPSS for windows version 25.0. The results showed that (1) the Electronic Word of Mouth variable had a positive and significant effect on repurchase interest. (2) The Product Quality variable had a positive and significant effect on repurchase interest. (3) And the Brand Experience variable had a positive and significant effect on repurchase interest. (4) In addition, each of the three variables simultaneously influences the interest in re-evaluation.

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



KATA PENGANTAR

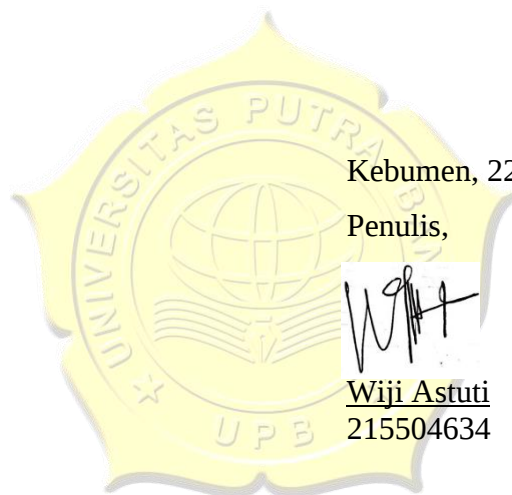
Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG BRIGHTENING SUN BODY SERUM GRACE AND GLOW DI TIKTOK (STUDI PADA MASYARAKAT KABUPATEN KEBUMEN)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Selama penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Feby Evelyn S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kepada orang tua tercinta Mama Wati, dan Ibu Sumini atas doa dan dukungannya.
4. Masyarakat Kabupaten Kebumen yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua rekan Mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.

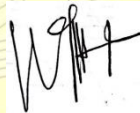
6. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 22 April 2025

Penulis,



Wiji Astuti

215504634

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori	19

2.1.1.	<i>Theory of Planned Behavior</i>	19
2.1.2.	Minat Beli Ulang.....	21
2.1.3.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.1.4.	Kualitas Produk.....	29
2.1.5.	<i>Brand Experience</i>	33
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3.	Hubungan Antar Variabel	43
2.3.1	Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	43
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	44
2.3.3	Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	45
2.4.	Model Empiris.....	46
2.5.	Hipotesis	47
BAB III		49
METODE PENELITIAN		49
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	49
3.1.1	Objek Penelitian.....	49
3.1.2	Subjek Penelitian.....	49
3.2.	Variabel Penelitian	49
3.3.	Definisi Operasional Variabel	50
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	53
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data	55
3.5.1	Data	55
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.	Populasi dan Sampel	58
3.6.1	Populasi.....	58

3.6.2	Sampel.....	58
3.7.	Teknik Analisis.....	61
3.7.1	Analisis Deskriptif	61
3.7.2	Analisis Kuantitatif	61
3.8.	Alat Analisis Data	62
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
3.8.4	Uji Hipotesis	69
BAB IV		74
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		74
4.1.	Analisis Deskriptif (Gambaran Umum Objek Penelitian)	74
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	74
4.2.	Analisis Deskriptif.....	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	77
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penempatan	77
4.2.	Analisis Statistik.....	75
4.3.1	Uji Validitas.....	79
4.3.2	Uji Reliabilitas	82
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3.5	Uji Hipotesis	89
4.4	Pembahasan	92
BAB V		97

SIMPULAN	97
5.1. Simpulan.....	97
5.2. Keterbatasan	98
5.3. Implikasi	99
5.3.1 Implikasi Praktis	99
5.3.2 Implikasi Teoritis	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109



DAFTAR TABEL

Tabel I – 1 Data Statistik Personal Care	3
Tabel I – 2 Data E-Commerce Periode Juni – Oktober 2024	4
Tabel I – 3 5 Top Produk Sun yang Terlaris.....	7
Tabel I – 4 Data Penjualan di TikTok Periode Mei – Oktober 2024	8
Tabel I – 5 Hasil Observasi Minat Beli Ulang Brightening Sun Body Serum Grace and Glow di TikTok Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen.....	9
Tabel II – 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel III – 1 Indikator dan Distribusi Variabel Minat Beli Ulang.....	51
Tabel III – 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	52
Tabel III – 3 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel III – 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Experience</i>	53
Tabel IV – 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel IV – 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel IV – 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	78
Tabel IV – 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penempatan	78
Tabel IV – 5 Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Muth</i>	80
Tabel IV – 6 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	81
Tabel IV – 7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i>	81
Tabel IV – 8 Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	82
Tabel IV – 9 Uji Reliabilitas Variabel	83
Tabel IV – 10 Uji Multikolinieritas	84
Tabel IV – 11 Regresi Linier Berganda	88
Tabel IV – 12 Uji t	89
Tabel IV – 13 Uji Simultan.....	91

Tabel IV – 14 Uji Koefisien Determinasi	92
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar II – 1 Model Empiris	47
Gambar IV – 1 Uji Heterokedastisitas	85
Gamar IV – 2 Uji Normalitas.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner	109
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 3 Data Responden.....	114
Lampiran 4 Nilai Responden	117
Lampiran 5 Uji Validitas.....	123
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	126
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	127
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas.....	127
Lampiran 9 Uji Normalitas	127
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	128
Lampiran 11 Tabel r.....	129
Lampiran 12 Tabel t.....	132
Lampiran 13 Tabel F.....	135
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi.....	138
Lampiran 15 Kartu Seminar.....	139