

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (E-WOM), *LIVE STREAMING*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK BULU MATA *MLEN DIARY* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**



**Diajukan Oleh:**

**FERNANDA SHEVA ENKHA FIRSTY**

**NPM : 22420107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (E-WOM)*, *LIVE STREAMING*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK BULU MATA *MLEN DIARY* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh:

**FERNANDA SHEVA ENKHA FIRSTY**  
NPM : 22420107

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM**

Tanggal, 27 Januari 2026

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM**

Tanggal, 27 Januari 2026

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (E-WOM), *LIVE STREAMING*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK BULU MATA *MLEN DIARY* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh :

**FERNANDA SHEVA ENKHA FIRSTY**  
NPM : 22420107

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing Utama



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM**

Anggota Dewan Penguji



**Wiwik Herawati, SE., MM**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal, ...4...Februari...2026....



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM**  
Ketua Program Studi

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 27 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Fernanda Sheva Enkha Firsty  
22420107

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **”PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (E-WOM)*, *LIVE STREAMING*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK BULU MATA *MLEN DIARY* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA”** dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Dosen Wali yang sudah membimbing dan membantu mahasiswinya selama 3,5 tahun ini.

5. Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan kesabaran dalam membimbing, Terima kasih atas motivasi, arahan, saran, dan semangat yang selalu diberikan selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna untuk masa depan penulis.
7. Keluarga tercinta penulis, yaitu Papa (Alm.) Khairul Anwar, Mama Endang Sulistiyawati, S.E., dan Adik Devano Pranandya Dwi Enkha, yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan penulis selama masa perkuliahan, yaitu Kristina Ayu Wulandari, Nafida Amalia, Mellisa Nur Arishko, R.A. Anita Rachma Kaila, Prhyadhetrysna P. Nathasherylla, Nabilatuz Zakiah, Andini Deswita Ariani, dan Kinanti Octavierlana Noer Adisty, yang telah kebersamai penulis sejak semester awal hingga tahap akhir penyusunan skripsi dalam hal mengerjakan dan menyelesaikan berbagai hal secara bersama-sama. Juga Teman dekat penulis, yaitu Nadyla Citra Permata Sari, Septi Dwi Hariyanti, dan Victoria Clarissa Angelina Nugroho, yang telah memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

9. Diri penulis sendiri, yang telah memilih untuk tetap bertahan dan melanjutkan langkah meskipun menghadapi berbagai tantangan selama perjalanan hidup dan perkuliahan.
10. Terakhir, untuk pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan sedikit atau banyak peran dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, oleh karena itu kritik dan masukan akan sangat berarti bagi perbaikan dan pengembangan ke depan.

Surabaya, ... Januari 2026

Fernanda Sheva Enkha Firsty

## ABSTRAK

Perkembangan *social commerce* melalui platform TikTok Shop mendorong perubahan perilaku konsumen, khususnya pada industri kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* (E-WOM), *Live Streaming*, dan kualitas produk terhadap minat beli produk bulu mata *Mlen Diary* di TikTok Shop pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2022–2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 95 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS Statistics 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word-of-Mouth*, *Live Streaming*, dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi ulasan konsumen, interaksi melalui *Live Streaming*, serta kualitas produk yang baik berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen di platform TikTok Shop.

**Kata Kunci :** *Electronic Word-of-Mouth*, *Live Streaming*, Kualitas Produk, Minat Beli, TikTok Shop

## **ABSTRACT**

*The development of social commerce through TikTok Shop has changed consumer purchasing behavior, particularly in the beauty industry. This study aims to analyze the effect of Electronic Word-of-Mouth (E-WOM), Live Streaming, and product quality on purchase intention of Mlen Dairy false eyelash products on TikTok Shop among female students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, class of 2022–2025. This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 95 respondents selected using purposive sampling. Data were analyzed using validity and reliability tests as well as multiple linear regression analysis with SPSS Statistics 29. The results indicate that Electronic Word-of-Mouth, Live Streaming, and product quality have a positive and significant effect on purchase intention both partially and simultaneously. These findings suggest that optimizing consumer reviews, interactive live streaming activities, and maintaining good product quality play an important role in increasing consumer purchase intention on TikTok Shop.*

**Keywords** : *Electronic Word-of-Mouth, Live Streaming, Product Quality, Purchase Intention, TikTok Shop*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Skripsi.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3. <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)</i> .....	12
2.1.3.1. Definisi <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)</i> .....	12
2.1.3.2. Faktor-Faktor <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)</i> .....	13
2.1.3.3. Indikator <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)</i> .....	14
2.1.4. <i>Live Streaming</i> .....	15
2.1.4.1. Definisi <i>Live Streaming</i> .....	15
2.1.4.2. Faktor-Faktor <i>Live Streaming</i> .....	16
2.1.4.3. Indikator <i>Live Streaming</i> .....	17

2.1.5. Kualitas Produk.....	18
2.1.5.1. Definisi Kualitas Produk .....	18
2.1.5.2. Faktor-Faktor Kualitas Produk.....	19
2.1.5.3. Indikator Kualitas Produk .....	20
2.1.6. Minat Beli.....	21
2.1.6.1. Definisi Minat Beli.....	21
2.1.6.2. Tahapan Minat Beli.....	22
2.1.6.3. Faktor-Faktor Minat Beli .....	23
2.1.6.4. Indikator Minat Beli .....	24
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4 Kerangka Konseptual .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	31
3.2.1. Populasi Penelitian .....	31
3.2.2. Sampel Penelitian .....	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.3.1. Variabel Independen (Bebas) .....	33
3.3.2. Variabel Dependen (Terikat).....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4.1. <i>Electronic Word-of-Mouth (E-WOM)</i> .....	34
3.4.2. <i>Live Streaming</i> .....	35
3.4.3. Kualitas Produk.....	35
3.4.4. Minat Beli.....	36
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	36
3.5.1. Jenis Data .....	36
3.5.2. Sumber Data .....	37
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	38

<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>39</b>
<b>3.7.1. Uji Validitas.....</b>	<b>40</b>
<b>3.7.2. Uji Reliabilitas .....</b>	<b>40</b>
<b>3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>40</b>
<b>3.7.4. Uji Hipotesis.....</b>	<b>41</b>
<b>3.7.4.1. Uji F (Simultan).....</b>	<b>41</b>
<b>3.7.4.2. Uji T (Parsial) .....</b>	<b>42</b>
<b>3.7.4.3. Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>42</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>44</b>
<b>4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian.....</b>	<b>44</b>
<b>4.1.2. Statistik Deskriptif .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1.3. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1.3.1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (E-WOM).....</b>	<b>47</b>
<b>4.1.3.2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Live Streaming</i>.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.3.3. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....</b>	<b>49</b>
<b>4.1.3.4. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.4. Hasil Pengujian Validitas.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1.5. Hasil Pengujian Reliabilitas .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1.6. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>52</b>
<b>4.1.7. Hasil Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.8. Hasil Uji F .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.9. Hasil Uji T .....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.10. Hasil Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 Pembahasan .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.1. Pengaruh <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Minat Beli Produk Bulu Mata <i>Mlen Diary</i>.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.2. Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap Minat Beli Produk Bulu Mata <i>Mlen Diary</i>.....</b>	<b>57</b>

<b>4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Bulu Mata <i>Mlen Diary</i></b> .....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	60
<b>5.1 Simpulan Penelitian</b> .....	60
<b>5.2 Keterbatasan Penelitian</b> .....	61
<b>5.3 Saran</b> .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	67
<b>Lampiran I Kuesioner Penelitian</b> .....	67
<b>Lampiran II Tabulasi Data</b> .....	72
<b>Lampiran III – Olah Data</b> .....	83

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3. 1 Total Mahasiswi .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala Likert .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 1 Kriteria Responden .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 4 Kategori Masing-Masing Variabel .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Electronic Word-of-Mouth (E-WOM) .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Live Streaming .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran I Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran II Tabulasi Data.....</b>	<b>72</b>
<b>Lampiran III – Olah Data .....</b>	<b>83</b>