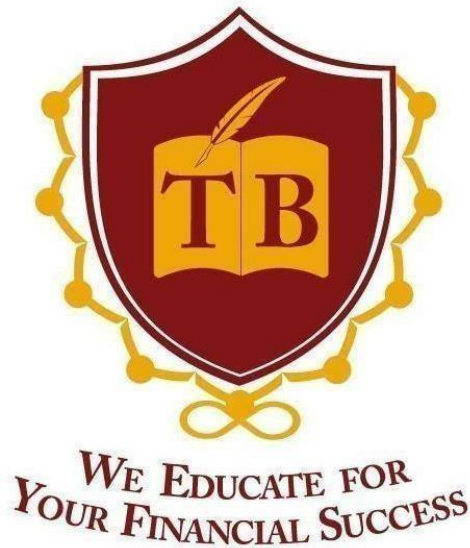


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN
MEREK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BITTERSWEET BY NAJLA PADA AKUN TIKTOK**

(Studi Kasus Pada *Followers* Akun Tiktok @bittersweetbynajla)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana



Oleh

Tri Kurniawati

202511007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI, 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tri Kurniawati

Nim : 202511007

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Produk Bittersweet by Najla Pada Akun Tiktok (Studi Kasus Pada *Followers* Tiktok @BittersweetByNajla)

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima dengan baik sebagai salah satu karya ilmiah Mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi syarat untuk memenuhi gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Bekasi, 9 Agustus 2025

Ka. Program Studi S1 Manajemen



Dr. Sofia Maulida, SE., MM.

NIDN : 0309027801

Dosen Pembimbing



Irvan F.C Oentoeng, S.E, MM

NIDN : 0411118204

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BITTERSWEET BY NAJLA PADA AKUN TIKTOK

(Studi Kasus Pada *Followers* Tiktok @bittersweetbynajla)

Oleh

Tri Kurniawati

202511007


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Manajemen yang telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera

dibawah ini

Bekasi, 3 September 2025

Ketua Penguji



Drs. Tigor Hutapea, ME.

NIDN : 03270962203

Penguji I



Rizki Oktaviani, SE., MM.

NIDN : 0403109402

Penguji II



Irvan FC Oentoeng, SE., M.M.

NIDN : 0411118204

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Bekasi, 9 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Tri Kurniawati

202511007

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Nama : Tri Kurniawati
Nim : 202511007
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini menyatakan memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**. Hak bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas karya ilmiah ini yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Pada Akun Tiktok**” (Studi Kasus Pada *Followers* Tiktok @Bittersweetbynajla) beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 9 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Tri Kurniawati
202511007

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

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

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah,94: 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagai manusia”

(Baskara Putra – Hindia)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk bittersweetbynajla pada akun tiktok. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* pada akun tiktok @bittersweetbynajla jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 12,2jt sedangkan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria responden 15-35 tahun yang sudah mengikuti akun tiktok @bittersweetbynajla dan yang sudah pernah membeli produk bittersweetbynajla minimal satu kali. Pengolahan data menggunakan program SPSS ver.25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan kesadaran merek masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk bittersweetbynajla pada Tiktok. Dalam variabel independen Kualitas Produk dalam (uji t) yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian uji parsial (uji t) Kualitas Produk dengan taraf signifikan 5% menunjukkan hasil signifikan $0.003 < 0.05$ yang berarti kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil (uji t) kesadaran merek hasil signifikansi sebesar $0.000 < 0.005$ yang berarti kesadaran merek berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk uji simultan (uji f) dengan taraf signifikan 5% menunjukkan hasil signifikansi $0.000 < 0.05$ berarti kualitas produk dan kesadaran merek secara bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian produk bittersweetbynajla. Dalam hasil uji koefisien determinasi memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0.609 berada $0 < R < 1$ berarti 60,9% nilai koefisien determinasi dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kesadaran Merek menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 60,9% sedangkan sisanya ($100\% - 60,9\%$) sebesar 39,1% yang dapat menjelaskan Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel independen yang diteliti.

Kata Kunci :Kualitas Produk,Kesadaran Merek,Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand awareness on purchasing decisions for bittersweetbynajla products on TikTok accounts. The population in this study were followers on the TikTok account @bittersweetbynajla, the population in this study was 12.2 million, while the sample size was 105 respondents. The sampling technique used purposive sampling using the criteria of respondents aged 15-35 years who had followed the TikTok account @bittersweetbynajla and who had purchased bittersweetbynajla products at least once. Data processing used the SPSS ver.25 program. The results of the study showed that partially product quality and brand awareness each had a positive and significant effect on purchasing decisions for bittersweetbynajla products on TikTok. In the independent variable, Product Quality in (t-test) was the most dominant influence on purchasing decisions. The results of the partial test (t-test) of Product Quality with a significance level of 5% showed a significant result of $0.003 < 0.05$, which means that product quality had a significant and significant effect on purchasing decisions. While the results (t test) of brand awareness show a significance of $0.000 < 0.005$, which means that brand awareness has a significant influence on purchasing decisions. For the simultaneous test (f test) with a significance rate of 5%, the results show a significance of $0.000 < 0.05$, meaning that product quality and brand awareness simultaneously influence the purchasing decision of bittersweetbynajla products. In the results of the coefficient of determination test, the coefficient of determination is 0.609, which is $0 < R < 1$, meaning 60.9% of the coefficient of determination can be interpreted that the variables of Product Quality and Brand Awareness explain the Purchasing Decision variable by 60.9%, while the rest (100% - 60.9%) is 39.1%, which can explain that Purchasing Decisions are influenced by other variables outside the independent variables studied.

Keywords: Product Quality, Brand Awareness, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan Hidayat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ‘ ‘ **Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Produk Bittersweet by Najla Pada Akun Tiktok ‘ ‘ (Studi Kasus Pada *Followers* Tiktok @bittersweetbynajla)**

Tujuan penulis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih

Kepada :

1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom. Selaku ketua STIE Tri Bhakti
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. Selaku program studi Manajemen STIE Tri Bhakti
3. Bapak Irvan F.C Oentoeng, S.E, MM Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada saya selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti
5. Ayahanda Tercinta, Saiman. Beliau yang menjadi inti tulang punggung keluarga. Meski waktu kebersamaan kita tidak banyak, penulis selalu merasakan cinta, doa dan dukungan yang tulus dari Ayah. Terima kasih atas kepercayaan yang selalu diberikan, atas didikan, motivasi, serta selalu berubah memberikan yang terbaik. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan dan keberkahan dalam hidup Ayah.
6. Ibunda Setiawati, pintu surgaku. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis. Beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun gigih dalam

memanjatkan doa yang selalu beliau berikan yang tiada henti meminta kepada Tuhan Yang Maha Esa, hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

7. Kakak saya Wahyu Purbowati saya ucapkan terima kasih yang terus memberi saya motivasi, support, dan semangat kepada penulis serta sudah membiayai kuliah saya sampai sejauh ini.
8. Penulis yang sudah berjuang dan bertahan melewati banyak rintangan, sehingga pada akhirnya skripsi ini mampu selesai tepat waktu.

Bekasi, 9 Agustus 2025



Tri Kurniawati

202511007

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah	5
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk.....	9
2.1.2.2 Faktor – faktor Kualitas Produk.....	9
2.1.2.3 Dimensi Kualitas produk	10
2.1.3 Kesadaran Merek	11
2.1.3.1 Definisi Kesadaran Merek	11

2.1.3.2 Dimensi Kesadaran Merek.....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	13
2.1.4.1 Definisi keputusan pembelian.....	13
2.1.4.3 Tahapan- Tahapan keputusan pembelian.....	14
2.1.4.4 Keputusan pembelian indikator	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka penelitian	19
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.1.1 Tujuan Penelitian.....	22
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	22
3.1.3 Strategi Penelitian.....	22
3.1.4 Unit Analisis	22
3.1.5 Keterlibatan Penelitian	23
3.1.6 Latar Penelitian	23
3.1.7 Waktu Pelaksanaan	23
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	24
3.3 Populasi Dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4 Sumber Data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Pengukuran	29
3.6 Teknik Analisa Data	30
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.6.1.1 Uji Validitas.....	30
3.6.1.2 Uji Reabilitas.....	31

3.6.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.2.1 Uji Normalitas	31
3.6.2.2 Uji Linieritas	31
3.6.2.3 Uji Multikolineritas	32
3.4.2.4 Uji Heterokedastisitas	32
3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.6.4 Uji Hipotesis	33
3.6.4.1 Uji T	33
3.6.4.2 Uji F	33
3.6.4.3 Koefisien Uji Determinasi	33
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Profil Singkat Bittersweet By Najla	34
4.1.2 Visi Dan Misi	35
4.1.3 Struktur Organisasi Bittersweet By Najla	36
4.1.4 Produk-Produk Bittersweet by Najla	39
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	41
4.2.2 Analisis Deskriptif Penelitian Variabel	42
4.2.3 Uji Instrumen.....	46
4.2.3.1 Uji Validitas	46
4.2.3.2 Uji Reabilitas	48
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.4.1 Uji Normalitas	50
4.2.4.3 Uji Multikolineritas	52
4.2.4.4 Uji Heterokedastisitas	53
4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian	57
BAB V	62

SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel (Y) Keputusan Beli.....	24
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel (X2) Kesadaran Merek	25
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel (X1) Kualitas Produk.....	26
Tabel 3. 4 Pengukuran Skala Interval	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Penilaian Analisis Deskriptif	43
Tabel 4. 5 Hasil Penilaian Kualitas Produk	43
Tabel 4. 6 Hasil Penilaian Kesadaran Merek.....	44
Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Keputusan Beli	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	46
Tabel 4. 9 Uji Instrumen Validitas Kesadaran Merek	47
Tabel 4. 10 Uji Instrumen Validitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 4. 11 Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4. 12 Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek.....	49
Tabel 4. 13 Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024..	1
Gambar 1. 2 Data Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia (2024)	2
Gambar 1. 3 TOP 1 dari TOP 10 Kategori TikTok Shop.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 4. 1 Bittersweet by Najla	35
Gambar 4. 2 Uraian Tugas Secara Umum	36
Gambar 4. 3 Turkish Dessert Box	39
Gambar 4. 4 Milk Bath Dessert Box	39
Gambar 4. 5 Belgium Choco Dessert Box	40
Gambar 4. 6 Regal Dessert Box	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data	68
Lampiran 2 Pernyataan Kuesioner	74
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner	79
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	88