

PENGARUH KUALITAS PRODUK,VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA DI SOSIAL
MEDIA TIKTOK

SKRIPSI

Oleh :

Gita Atya

Turohmah

202110325074



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA

RAYA 2025



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk variasi produk dan promosi terhadap minat beli bittersweet by najla di sosial media tiktok

Nama Mahasiswa : Gita Atya Turohmah

Nomor Pokok : 202110325074

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 juli 2025

Jakarta, 28 juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Hadita, S.Pd., M.M., M.Pd

Neng Siti Komariah., SE., M.M

NIDN. 0329048302

NIDN. 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI BITTERSWEET BY NAJLA DI SOSIAL
MEDIA TIKTOK

Nama Mahasiswa : Gita Atya Turohmah

Nomor Pokok : 202110325074

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 juli 2025

Jakarta, 28 juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. David Pangaribuan, S.E., M.Si
NIDN. 0425076803

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M., M.Pd
NIDN. 0329048302

Law
.....
David
.....
Hadita
.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[Signature]
Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

[Signature]
Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Gita Atya Turohmah
Nomor pokok mahasiswa : 202110325074
Tempat tanggal lahir : Bekasi, 25 maret 2003
Alamat : kp pete cina rt/rw 02/01 kel, sukaraja kectambelang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “ pengaruh kualitas produk, variasi produk dan promosi terhadap minat beli bittersweet by najla di sosial media tiktok” skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang di tulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari universitas Bhayangkara Jakarta raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. saya mengisinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan universitas Bhayangkara Jakarta raya

Saya memberikan izin kepada perpustakaan universitas Bhayangkara Jakarta raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk di gital dan mempublikasikannya mmelalui internet selama publikasi tersebut melalui portal universitas Bhayangkara Jakarta raya.

Jakarta ... juli 2025

Yang membuat pernyataan



Gita Atya Turohmah

202110325074

ABSTRAK

Gita Atya Turohmah, 20211032507, pengaruh kualitas produk, variasi produk dan promosi terhadap minat beli bittersweet by najla di sosial media tiktok

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan promosi terhadap minat beli konsumen terhadap produk Bittersweet by Najla melalui media sosial TikTok. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perkembangan teknologi digital dan maraknya penggunaan TikTok sebagai media promosi dan penjualan produk makanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 95 responden yang merupakan pengguna TikTok dan pernah melihat atau membeli produk Bittersweet by Najla. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel kualitas produk, variasi produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Promosi merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat beli konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang efektif melalui TikTok, terutama promosi, mampu meningkatkan minat beli produk kuliner. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pemasaran digital yang tepat guna meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Variasi Produk, Promosi, Minat Beli, TikTok, Bittersweet by Najla

ABSTRACT

Gita Atya Turohmah, 20211032507, pengaruh kualitas produk, variasi produk dan promosi terhadap minat beli bittersweet by najla di sosial media tiktok

This study aims to examine the influence of product quality, product variety, and promotion on consumers' purchase intention towards Bittersweet by Najla through rapid development of digital technology and the increasing use of TikTok as a medium for product promotion and online sales. This research uses a quantitative method with an associative approach. The sample consisted of 95 respondents who are TikTok users and have seen or purchased Bittersweet by Najla products. Data analysis techniques include multiple linear regression, validity and reliability testing, classical assumption tests, as well as t-test and F-test. The results indicate that product quality, product variety, and promotion have a significant partial and simultaneous influence on purchase intention. Among the variables, promotion is the most dominant factor affecting consumers' purchase intention. The study concludes that an effective marketing strategy through TikTok—especially in terms of promotion—can increase consumer interest in purchasing food products. This research is expected to serve as a reference for businesses in designing digital marketing strategies to boost consumer purchase intentions.

Keywords: Product Quality, Product Variety, Promotion, Purchase Intention, TikTok, Bittersweet by Najla

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas produk, variasi produk dan promosi terhadap minat beli bittersweet by najla di sosial media Tiktok" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Irjen. Pol. (purn) prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH.,M.M.,Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.,M.M dan Neng Siti Komariah ,S.E.,M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. .Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa studi.
6. Penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk cinta pertama dan panutanku yaitu papa Suryani.,S.Pd.,sd, terima kasih atas segala doa,kerja keras,semangat dan segala motivasi memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Teruntuk Pintu surgaku ibunda tercinta yaitu Ibu Nunung Hasanah yang telah melahirkan, memberikan kasih sayang dan cinta kepada penulis, serta selalu menjadi tempat berpulang paling ternyaman bagi penulis. Terima

kasih untuk do'a yang beliau panjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada kekasih tercinta Dimas Tresno, yang telah menjadi sosok penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas kesabaran yang luar biasa dalam mendampingi penulis melewati proses yang tidak selalu mudah. Di tengah tekanan, kegelisahan, bahkan kelelahan yang datang silih berganti, kehadiranmu selalu menjadi tempat berpulang yang tenang. Doa, dukungan, dan kata-kata sederhana darimu sering kali menjadi kekuatan besar yang membuat penulis kembali bangkit dan percaya diri. Terima kasih karena selalu percaya, bahkan ketika penulis mulai meragukan diri sendiri.
9. Gita Atya Turohmah, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bekasi, 10 juli 2025

Gita Atya Turohmah

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH TEORITIS.....	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Kualitas Produk.....	10
2.3 Variasi Produk.....	12
2.4 Promosi.....	14
2.5 Minat Beli.....	16
2.6 Telaah Empiris.....	18
2.7 Kerangka Konseptual.....	20
2.8 Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain penelitian.....	23
3.2 Pupulasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 sampel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Skala Pengukuran Data.....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	30

3.8 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.1 Uji Normalitas Data	31
3.8.2 Uji Multikolinieritas	32
3.8.3 Uji Heterokedastisitas.....	32
3.9 Metode Analisis Data.....	33
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.10 Uji Hipotesis.....	34
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	34
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	35
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASA	37
4.1 Gambaran Umum.....	37
4.1.1 Profil Tiktok	37
4.2 Hasil Dan Penelitian.....	37
4.2.1 Identitas Responden	37
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	40
4.4 Uji Instrumen Data.....	44
4.2.2 Uji Reabilitas	46
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1 Uji Normalitas	47
4.5.2 Uji Multikolinieritas	49
4.5.3 Uji Heteroskedastistas	50
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.7 Uji Hipotesis.....	52
4.7.1 Uji t (Uji Parsial).....	52
4.7.2 Uji F (Uji Simultan)	54
4.7.3 Koefisien Determinasi (Adjust R Square)	55
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli.....	56
4.8.2 Pengaruh Variasi Produk (X2) terhadap Minat Beli	57
4.8.3 Pengaruh Promosi (X3) terhadap Minat Beli.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	61

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4.1 Profil Umur Responden	38
Tabel 4.2 Profil Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.3 Profil Pekerjaan Responden	39
Tabel 4.4 Profil Pengguna Responden	40
Tabel 4.5 Butir Pertanyaan Kualitas Produk	40
Tabel 4.6 Butir Pertanyaan Variasi Produk.....	41
Tabel 4.7 Butir Pertanyaan Promosi	42
Tabel 4.8 Butir Pertanyaan Minat Beli.....	43
Tabel 4.9 Uji Validitas Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.10 Uji Validitas Variasi Produk	45
Tabel 4.11 Uji Validitas Promosi	46
Tabel 4.12 Uji Validitas Minat Beli	46
Tabel 4.13 Uji Reabilitas Variabel.....	47
Tabel 4.14 Uji Normalitas	48
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.16 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.17 Uji T (Uji Parsial).....	52
Tabel 4.18 Uji F (Uji Simultan).....	54
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (Adjust R Square).....	55
Tabel 4.20 Hasil Penelitian.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Tiktok Juli 2024.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik.....	48
Gambar 4.2 Uji Heterokeddastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Skripsi Lampiran 3

Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Tabulasi

Variabel Lampiran 5

Output Hasil SPSS

Lampiran 6 Riwayat Hidup

