

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*  
*OPPO SERIES A* DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**SAIDATUL ULUMIYAH**  
**22012010027/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2026**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*  
*OPPO SERIES A* DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Oleh :**

**SAIDATUL ULUMIYAH  
22012010027/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2026**

## SKRIPSI

# PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* PADA TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* *OPPO SERIES A* DI KOTA SURABAYA

Disusun Oleh:  
**SAIDATUL ULUMIYAH**  
22012010027 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan  
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal: 14 Juli 2026

Dosen Pembimbing



**Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.**  
NIP. 196107121988032001

Tim Penguji  
Ketua



**Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd.**  
NIP. 196409201989032001

Anggota



**Drs. Ec. Bowo Santoso, M.M.**  
NIP. 196207282021211001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
NIP. 196304201991032001

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saidatul Ulumiyah  
NPM : 22012010027  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ~~Tesis/Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ~~Tesis/Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 9 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Saidatul Ulumiyah  
NPM. 22012010027

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk dan *Electronic Word of Mouth (E-wom)* pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* OPPO Series A di Kota Surabaya”** dengan baik. Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam proses penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai keterbatasan dan kendala, baik dari segi pemahaman maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal penelitian ini masih memiliki kekurangan. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif guna penyempurnaan proposal penelitian ini ke depannya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, mustahil bagi penulis untuk bisa menyelesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta nasehat dari beberapa pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang tiada batas dan Rasulullah SAW yang telah memberikan tuntutan akhlak yang mulia
2. Bapak Prof. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan arahan, masukan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah menyalurkan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Seluruh staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pelayanan dan bantuan dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
8. Orang Tua dan Keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik berupa lisan, materi, dan pengetahuannya selama menyusun skripsi.
9. Nova, Levi, Dinda, Adilla, Depara dan orang-orang terdekat saya yang sudah memberikan motivasi dan doa kepada saya agar mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan juga untuk teman-teman saya selama masa perkuliahan.

Surabaya, 14 Januari 2026

Saidatul Ulumiyah

## DAFTAR ISI

|                                                                                              |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                   | <b>i</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                       | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                                                     | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                    | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                         | <b>viii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                                                  | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah.....                                                                  | 15          |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                                                                | 15          |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                                              | 15          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                                          | <b>17</b>   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....                                                            | 17          |
| 2.2    Landasan Teori.....                                                                   | 21          |
| 2.2.1    Manajemen Pemasaran.....                                                            | 21          |
| 2.2.2    Perilaku Konsumen.....                                                              | 22          |
| 2.2.3    Atribut Produk.....                                                                 | 24          |
| 2.2.3.1    Indikator Atribut Produk .....                                                    | 25          |
| 2.2.4 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....                                          | 26          |
| 2.2.4.1    Indikator <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....                           | 27          |
| 2.2.5    Keputusan Pembelian.....                                                            | 28          |
| 2.2.5.1    Proses Pengambilan keputusan pembelian .....                                      | 29          |
| 2.2.5.2    Indikator keputusan pembelian .....                                               | 31          |
| 2.3    Hubungan Antar Variabel.....                                                          | 33          |
| 2.3.1    Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian .....                          | 33          |
| 2.3.1    Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian ..... | 34          |
| 2.4    Kerangka Konseptual.....                                                              | 36          |
| 2.5    Hipotesis .....                                                                       | 37          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                       | <b>38</b>   |
| 3.1    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                                    | 38          |

|                                         |                                                    |           |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.1                                   | Definisi Operasional Variabel.....                 | 38        |
| 3.1.1.1                                 | Variabel Independen / Variabel Bebas (X).....      | 38        |
| 1.                                      | Atribut Produk (X1).....                           | 38        |
| 2.                                      | <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....       | 40        |
| 3.1.1.2                                 | Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y) .....     | 41        |
| 3.1.2                                   | Pengukuran Variabel.....                           | 42        |
| 3.2                                     | Teknik Penentuan Sampel .....                      | 43        |
| 3.2.1                                   | Populasi .....                                     | 43        |
| 3.2.2                                   | Sampel.....                                        | 43        |
| 3.3                                     | Teknik Pengumpulan Data .....                      | 45        |
| 3.3.1                                   | Jenis Data.....                                    | 45        |
| 3.3.2                                   | Sumber Data .....                                  | 45        |
| 3.3.3                                   | Metode Pengumpulan Data.....                       | 46        |
| 3.4                                     | Uji Validitas dan Reliabilitas .....               | 46        |
| 3.4.1                                   | Uji Validitas .....                                | 46        |
| 3.4.2                                   | Uji Reliabilitas .....                             | 47        |
| 3.5                                     | Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....       | 47        |
| 3.5.1                                   | Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....     | 47        |
| 3.5.2                                   | Kegunaan Metode PLS.....                           | 48        |
| 3.5.3                                   | Model Indikator Reflektif dan Formatif.....        | 48        |
| 3.5.3.1                                 | Model Indikator Reflektif.....                     | 48        |
| 3.5.3.2                                 | Model Indikator Formatif.....                      | 49        |
| 3.5.4                                   | Pengukuran <i>Partial Least Square</i> (PLS) ..... | 50        |
| 3.5.5                                   | Langkah-langkah PLS .....                          | 51        |
| 3.5.6                                   | Asumsi PLS .....                                   | 56        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                    | <b>57</b> |
| 4.1                                     | Deskripsi Objek Penelitian .....                   | 57        |
| 4.2                                     | Deskripsi Hasil Penelitian .....                   | 58        |
| 4.2.1                                   | Karakteristik Responden .....                      | 58        |
| 4.2.2                                   | Deskripsi Variabel Penelitian.....                 | 61        |
| 4.3                                     | Deskripsi Hasil Analisis Data .....                | 69        |
| 4.3.1                                   | Analisis Model PLS .....                           | 69        |
| 4.3.2                                   | Interprestasi Hasil Olah Data PLS .....            | 69        |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....         | 69        |
| 4.3.2.2 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....        | 74        |
| 4.3.2.3 Pengujian Hipotesis .....                                      | 75        |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                  | 77        |
| 4.4.1 Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian .....       | 77        |
| 4.4.2 Pengaruh E-WOM melalui Tiktok terhadap Keputusan Pembelian ..... | 79        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                | <b>81</b> |
| 4.5 Kesimpulan .....                                                   | 81        |
| 4.6 Saran .....                                                        | 81        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                            | <b>84</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                  | <b>88</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Hasil Komparansi Brand Kategori TELEKOMUNIKASI/IT .....                                   | 6  |
| Tabel 1. 2 Perbandingan Spesifikasi <i>Series</i> OPPO .....                                         | 8  |
| Tabel 1. 3 Negara dengan Penggunaan Tiktok sebagai Sumber Berita Periode Januari Februari 2026 ..... | 10 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden dari Jenis Kelamin .....                                           | 59 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                             | 59 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....                                 | 60 |
| Tabel 4.4 Jawaban Responden terkait Atribut Produk .....                                             | 61 |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden terkait E-WOM .....                                                      | 63 |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden terkait Keputusan Pembelian .....                                        | 66 |
| Tabel 4.7 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T – VALUES)</i> .....                                      | 70 |
| Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i> .....                                                                 | 71 |
| Tabel 4.9 AVE .....                                                                                  | 72 |
| Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i> .....                                                        | 73 |
| Tabel 4.11 <i>Laten Variabel Correlation</i> .....                                                   | 73 |
| Tabel 4.12 R-Square .....                                                                            | 75 |
| Tabel 4.13 Uji Hipotesis <i>Path Coefficient</i> .....                                               | 76 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Diagram Pertumbuhan Smartphone di Indonesia.....                                            | 2  |
| Gambar 1.2 Data Smartphone Terfavorit Berdasarkan Pengiriman .....                                     | 3  |
| Gambar 1. 3 Berita Pencapaian OPPO.....                                                                | 5  |
| Gambar 1. 4 Komentar Positif .....                                                                     | 11 |
| Gambar 1. 5 Komentar Negatif.....                                                                      | 11 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....                                                                  | 36 |
| Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.....                                                             | 49 |
| Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....                                                              | 50 |
| Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS .....                                                                    | 51 |
| Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>path coefficient</i> , dan <i>R-Square</i> .. | 69 |
| Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikan T-Statistic <i>Bootstrapping</i> .....                  | 77 |

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
PADA *TIKTOK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*SMARTPHONE OPPO SERIES A* DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**SAIDATUL ULUMIYAH**

**22012010027**

**ABSTRAK**

Perkembangan pesat dalam industri ponsel pintar menjadikan masyarakat lebih selektif dalam mempertimbangkan suatu produk *smartphone* sebelum mengambil tindakan pembelian. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang kini sangat bergantung dengan ponsel pintar menjadikannya perangkat yang begitu penting untuk menunjang kemudahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dampak Atribut Produk dan juga *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) pada *platform* Tiktok dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *smartphone* OPPO *series A* . Populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah sampel 100 responden yang pernah menggunakan *smartphone* OPPO *series A* serta pernah melihat informasi, komentar, ulasan terkait produk tersebut melalui Tiktok.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pendekatan analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS). Variabel yang dipilih dalam studi ini meliputi Atribut Produk (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2) sebagai variabel independent serta Keputusan Pembelian (X2) sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Atribut Produk dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) yang terjadi pada Tiktok berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci : Atribut Produk, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian**