

ABSTRAK

Masliyani, 2024. *“Pengaruh Rating Toko, Ulasan Konsumen, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Aplikasi Tiktok”*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Zaki Mubarak, SE. Msi

Kata Kunci: Minat beli, Rating Toko, Ulasan Konsumen, Kualitas Produk

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi internet yang semakin meningkat dan memicu masyarakat untuk melakukan kegiatan secara online untuk memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu dari hasil dari perkembangan internet saat ini yaitu internet yang dapat digunakan untuk jual beli secara online. Berdasarkan fenomena tersebut, maka saat ini banyak muncul E-commers salah satunya yaitu Tiktok shop. Faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen menjadi hal yang menarik untuk melakukan penelitian ini. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh rating toko, ulasan konsumen, dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap minat beli pakaian pada aplikasi Tiktok.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan, khususnya menggunakan Teknik penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Banjarmasin yang pernah membeli produk pakaian pada aplikasi Tiktok dengan teknik purposive sampling. Pengujian data dilakukan uji regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan rating toko, ulasan konsumen, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli berdasarkan uji F $22,860 > 2,70$ dengan sig. $0,000 < 0,05$. Secara parsial ulasan konsumen dan kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan, namun rating toko tidak berpengaruh terhadap minat beli. Didasarkan pada uji T rating toko $0,650 < 1,98397$ dengan sig. $0,517 > 0,05$, ulasan konsumen $3.361 > 1,98397$ dengan sig. $0,001 < 0,05$, dan kualitas produk $4.217 > 1,98397$ dengan sig. $0,000 < 0,05$