PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *THRIFT*

(Survey pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh:

ADITYA NUGRAHA SAPUTRA

20220510045

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *THRIFT*

(Survey pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

Aditya Nugraha Saputra

20220510045

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,	**Penguji II,**	**Penguji III,**
Dr. Tatang Rois, S.E., M. Si	**Dr. Iqbal Arraniri, S.E.I. M.M.**	**Neng Evi Kartika, S.E., M.M.**
NIK. 410380912295	**NIK. 410109800212**	**NIK. 410108920248**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *THRIFT*

(Survey pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:

Aditya Nugraha Saputra

20220510045

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING:

Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si	**Dr. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M.**
NIK. 41038971055	**NIK. 410109800212**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Kepala Program Studi Manajemen,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si	**Dr. Munir Nur Komarudin, S,Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk *Thrift*" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 20 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



(Aditya Nugraha Saputra)

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."
(QS. Al-Insyirah: 5–6)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha.”
(BJ Habibie)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”
(Baskara Putra – Hindia)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti. Terima kasih atas segala perjuangan dan cinta yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.

"Karya sederhana ini bukanlah akhir dari sebuah perjalanan, melainkan langkah awal untuk terus belajar, berkembang, dan memberikan manfaat bagi orang lain."

ABSTRAK

Aditya Nugraha Saputra. 20220510045. "Pengaruh Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk *Thrift* (Survey pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)". Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan. 2026. Pembimbing I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. dan Pembimbing II: Dr. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk *thrift* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al., yaitu 10 kali jumlah indikator penelitian. Dengan jumlah indikator sebanyak 19 indikator, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 190 responden. Namun, dalam penelitian ini digunakan 200 responden untuk meningkatkan representativitas data penelitian. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarkan secara daring melalui Google Form kepada responden. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan aplikasi IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk thrift pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. (2) Promosi Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. (3) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. (4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

Aditya Nugraha Saputra. 20220510045. "The Influence of Social Media Promotion, Electronic Word of Mouth, and Product Quality on Purchase Intention toward Thrift Products (A Survey of Generation Z in Kuningan Regency)." Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Kuningan University. 2026. Supervisor I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. and Supervisor II: Dr. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M.

This study aims to determine the influence of Social Media Promotion, Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Product Quality on the Purchase Intention of thrift products among Generation Z in Kuningan Regency. This research employed a descriptive-verificative method with a quantitative approach. The population of this study consisted of Generation Z in Kuningan Regency. The sampling technique used was convenience sampling. The sample size was determined based on Hair et al.'s guideline, which recommends a minimum of ten times the number of research indicators. With 19 research indicators, the minimum required sample size was 190 respondents. However, this study involved 200 respondents to improve the representativeness of the research data. The research instrument was a questionnaire distributed online through Google Forms. Data were analyzed using validity, reliability, normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests, followed by multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t-test, and F-test with the assistance of IBM SPSS software. The results indicate that (1) Social Media Promotion, Electronic Word of Mouth, and Product Quality simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Intention of thrift products among Generation Z in Kuningan Regency. (2) Social Media Promotion has a positive and significant effect on Purchase Intention. (3) Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Intention. (4) Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Intention.

Keywords: Social Media Promotion, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Product Quality, Purchase Intention.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Tisna Sutisna dan Ibu Idah Permana Sari, yang selalu menjadi alasan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tidak terhitung, serta dukungan yang selalu mengiringi setiap perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena telah berjuang lebih dahulu agar penulis dapat merasakan kesempatan untuk menempuh pendidikan hingga jenjang ini. Setiap pencapaian yang diraih penulis tidak akan pernah terlepas dari peran, doa, dan pengorbanan Ayah Ibu. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kebahagiaan dan kebanggaan yang penulis persembahkan untuk Ayah dan Ibu sebagai ungkapan rasa terima kasih atas segala hal yang telah diberikan selama ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Kuningan.

6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama proses perkuliahan.
7. Bapak Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
8. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang bermanfaat selama masa perkuliahan. Setiap ilmu dan pengalaman yang diberikan menjadi bagian penting dalam membentuk penulis hingga sampai pada tahap ini, serta menjadi bekal berharga untuk melanjutkan perjalanan setelah menyelesaikan pendidikan.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian serta memberikan jawaban dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Partisipasi dan kesediaan yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini hingga dapat terlaksana dengan baik.
10. Adik tercinta, Rafi Permana Shidiq, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini. Meskipun mungkin tidak selalu diungkapkan, kehadiran dan dukunganmu memiliki arti tersendiri bagi penulis. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggaan dan menjadi pengingat bahwa kita harus terus saling mendukung untuk meraih apa yang kita impikan.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, pemilik NPM 17225035. Seseorang yang telah menjadi sosok istimewa dan selalu hadir memberikan dukungan, doa, semangat, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan berbagai tantangan yang dihadapi selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi. Terima kasih telah menemani setiap proses, memberikan keyakinan di saat penulis mulai ragu, dan tetap hadir di tengah berbagai keadaan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

12. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen, khususnya kelas Manajemen C Angkatan 2022, serta seluruh teman-teman Angkatan 2022 yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat, dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala pengalaman, cerita, kerja sama, serta kenangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul "Pengaruh Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk *Thrift* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan." Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh promosi media sosial, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap minat beli produk *thrift* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara akademis maupun praktis.

Kuningan, 20 Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN ORIGINALITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

UCAPAN TERIMAKASIH ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Penelitian 9

1.4 Manfaat Penelitian 9

1.4.1 Manfaat Teoritis 9

1.4.2 Manfaat Praktis 10

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB) 11

2.1.2 Perilaku Konsumen 13

2.1.3 Promosi 14

2.1.4 Electronic Word of Mouth 21

2.1.5 Kualitas Produk 27

2.1.6 Minat Beli 31

2.1.7 Penelitian Terdahulu 36

2.2 Kerangka Berpikir 39
2.3 Hipotesis 44
BAB III METODE PENELITIAN 45
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 45
3.2 Operasionalisasi Variabel 46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 48
3.3.1 Populasi 48
3.3.2 Sampel 48
3.4 Jenis dan Sumber Data 49
3.4.1 Jenis Data 49
3.4.2 Sumber Data 50
3.5 Teknik Pengumpulan Data 51
3.6 Uji Instrumen 52
3.6.1 Uji Validitas 52
3.6.2 Uji Reliabilitas 53
3.7 Teknik Uji Analisis 55
3.7.1 Analisis Deskriptif 55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 56
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda 58
3.7.4 Uji Hipotesis 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 63
4.1 Hasil Penelitian 63
4.1.1 Gambaran tentang produk *Thrift* 63
4.1.2 Karakteristik Responden 64
4.1.3 Analisis Deskriptif 67
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 75
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 77

4.1.6 Uji Hipotesis..... 78
4.2 Pembahasan..... 80
4.2.1 Pengaruh Promosi Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli 80
4.2.2 Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Minat Beli 81
4.2.3 Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat beli..... 83
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli..... 85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran..... 88
DAFTAR PUSTAKA..... 89
LAMPIRAN..... 95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Data Penjualan Pakaian Bekas di Kabupaten Kuningan 4
Tabel 1. 2 Tabel Pra-Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan..... 5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 36
Tabel 3. 1 Opersionalisasi Variabel..... 46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian 53
Tabel 3. 3 Hasil Perhitungan Reliabilitas..... 54
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 64
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia..... 65
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan 65
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan..... 66
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif..... 67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas..... 75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikoliniaritas 76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas 76
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... 77
Tabel 4. 10 Hasil Uji F 78
Tabel 4. 11 Hasil Uji T 78
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat Masyarakat Indonesia terhadap Aktivitas Thrifting 2
Gambar 1. 2 Pakaian Bekas Impor Tahun 2022 3
Gambar 1. 3 Pakaian Bekas Impor Tahun 2023 4
Gambar 2. 1 *Theory of Planned Behavior* 11
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir 44
Gambar 4. 1 Posisi Variabel Promosi Media Sosial dalam kriterium 69
Gambar 4. 2 Posisi variabel e-WOM dalam Kriterium..... 71
Gambar 4. 3 Posisi Variabel Kualitas Produk dalam Kriterium..... 73
Gambar 4. 4 Posisi Variabel Minat Beli dalam Kriterium 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Bimbingan Skripsi

Berita Acara Bimbingan Skripsi

Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan (TAK)

Lampiran II : Kuesioner Penelitian

Penyebaran Kuesioner Melalui Google Form

Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner

Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 27

Lampiran V : Tabel R hitung (taraf signifikan 0,05)

Tabel F hitung (taraf signifikan 0,05)

Tabel T hitung (tara signifikan 0,05)

Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup