

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KREDIBILITAS YOUTUBER
GADGETIN TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z DI KOTA
MALANG
(STUDI KASUS : PRODUK GADGET)**

TUGAS AKHIR

Oleh
KRISIENSIUS UMBU RAUTA
2219014



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL S-1
JANUARI 2026**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KREDIBILITAS YOUTUBER GADGETIN TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z DI KOTA MALANG (STUDI KASUS : PRODUK GADGET)

Tugas Akhir yang diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.) Strata-1 (S-1) Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang, yang disusun oleh

Nama : Krisensius Umbu Rauta
NIM : 2219014
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

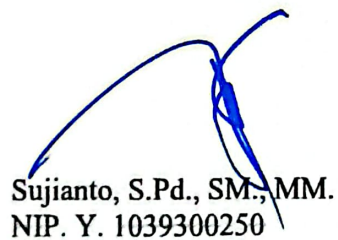
telah disetujui pada tanggal: 11 Februari 2026

Menyetujui
Dosen Pembimbing I Tugas Akhir



Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401

Dosen Pembimbing II Tugas Akhir



Sujianto, S.Pd., SM., MM.
NIP. Y. 1039300250

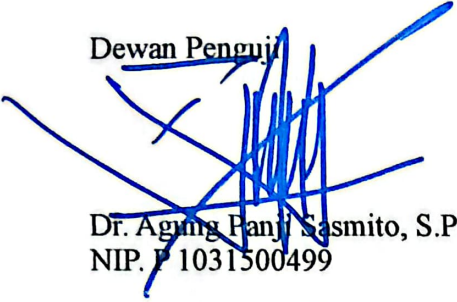


Mengetahui
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,
Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499

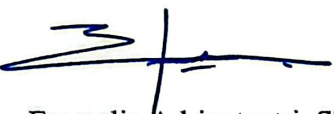
HALAMAN PENGESAHAN

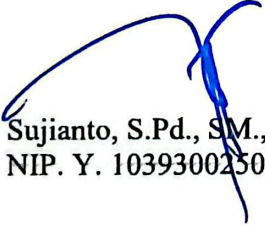
Tugas Akhir oleh Krisensius Umbu Rauta ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 23 Januari 2026.

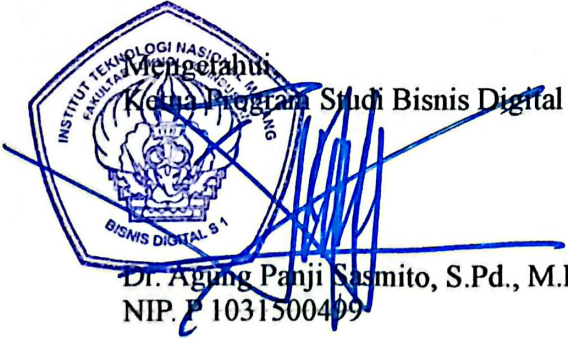
Dewan Penguji


Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499


Reni Rupianti, S.M., M.M
NIP.P 1032300628


Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401


Sujianto, S.Pd., SM., MM.
NIP. Y. 1039300250


Mengerahui
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,
Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK**

PT. BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

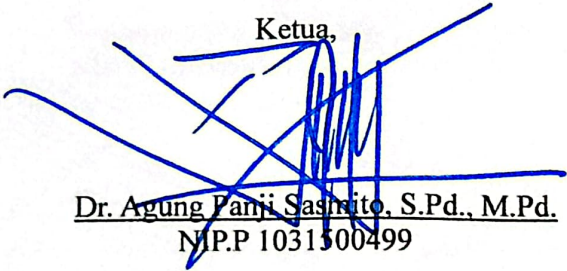
NAMA : KRISENSIUS UMBU RAUTA
NIM : 2219014
PRODI : BISNIS DIGITAL S-1
JUDUL : PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KREDIBILITAS
YOUTUBER GADGETIN TERHADAP MINAT BELI
GENERASI Z DI KOTA MALANG(STUDI KASUS : PRODUK
GADGET)

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir jenjang program Strata Satu
(S-1)

pada hari : Jumat
tanggal : 23 Januari 2026
dengan Nilai : 82,15 (A)

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua,

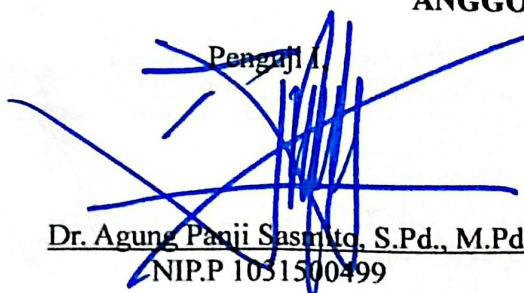

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Sekretaris,


Reiny Ditta Myrtanti, S.T., M.T.
NIP.P 1032000577

ANGGOTA PENGUJI

Penguji I,


Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Penguji II,


Reni Rupianti, S.M., M.M
NIP.P 1032300628

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Krisensius Umbu Rauta
NIM	: 2219014
Program Studi	: Bisnis Digital S-1
Fakultas	: Fakultas Teknologi Industri

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 11 Februari 2026
Yang membuat pernyataan



Krisensius Umbu Rauta
2219014

ABSTRAK

Rauta, Krisensius Uumbu. 2026. *Pengaruh Review Produk dan Kredibilitas Youtuber Gadgetin Terhadap Minat Generasi Z Di Kota Malang (Studi Kasus: Produk Gadget)*. Tugas Akhir, Program Studi Bisnis Digital S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Pembimbing: (I) Emmalia Adriantantri, ST., MM, NIP. P 1030400401, (II) Sujianto, S.Pd., SM., MM, NIP. Y. 1039300250

Kata kunci: *Review Produk, Kredibilitas, Minat Beli*

Perkembangan media digital menjadikan YouTube sebagai salah satu sumber utama informasi bagi Generasi Z sebelum membeli produk gadget. Fenomena maraknya konten *review gadget* mendorong konsumen untuk semakin selektif terhadap kualitas ulasan dan kredibilitas sumber informasi. Sejumlah penelitian terdahulu menyatakan bahwa review produk dan kredibilitas YouTuber berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, namun beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda atau tidak signifikan secara parsial. Ketidakkonsistenan temuan tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada Generasi Z yang aktif mengakses konten *review gadget* di YouTube. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh review produk dan kredibilitas YouTuber GadgetIn terhadap minat beli Generasi Z di Kota Malang, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert 4 poin yang disebarkan secara daring kepada 122 responden Generasi Z di Kota Malang yang pernah menonton konten *review gadget* pada *channel* GadgetIn. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *review* produk dan kredibilitas YouTuber GadgetIn secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Generasi Z di Kota Malang sebesar 42,3% variasi perubahan minat beli (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *review* produk (X1) dan kredibilitas YouTuber (X2), sedangkan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas *review* yang jelas, informatif, dan objektif, serta kredibilitas YouTuber yang tercermin melalui keahlian dan kejujuran, memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan dan ketertarikan konsumen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *content creator* dan pelaku pemasaran digital untuk meningkatkan kualitas penyajian *review* serta menjaga kredibilitas sebagai strategi dalam mendorong minat beli konsumen muda.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Maksud dan tujuan penulis menyusun Tugas Akhir adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus diambil sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sarjana Bisnis Digital.

Dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr.Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Emmalia Adriantantri, ST., MM. selaku dosen pembimbing I Tugas Akhir.
4. Sujianto, S.Pd., SM., MM. selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir.
5. Seluruh responden yang menjadi bagian dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu penulis selama pembuatan skripsi.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis sadar bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang mungkin sangat berguna untuk membangun kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Penulis,

Krisensius Umbu Rauta
NIM 2219014

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Definisi Operasional.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Elaboration Likelihood Model (ELM).....	10
2.2 Review Produk	11
2.3 Kredibilitas.....	14
2.4 Minat Beli	16
2.5 Hubungan antara variabel	18
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	19
2.7 Kerangka Berpikir dan Rancangan Hipotesis	23
BAB III METODE	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Instrumen Penelitian.....	28
3.4 Pengumpulan Data	30
3.5 Analisis Data	31
3.6 Diagram Alir Penelitian.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2	Pengumpulan Data	39
4.3	Hasil Pengolahan Data	43
4.4	Pembahasan.....	62
4.5	Implikasi dan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		76
RIWAYAT HIDUP		92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Channel Youtube GadgetIn.	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Pemilik Channel Youtube GadgetIn.	38
Gambar 4.2 konten Channel Youtube GadgetIn.....	39
Gambar 4.2 Hasil Visualisasi Kurva Distribusi Normalitas.....	52
Gambar 4.3 Hasil Visualisasi Scatter Plot.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 Content Creator Gadget Indonesia di Youtube.....	5
Tabel 1.2 Definisi Operasional.....	9
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Bagian Kuesioner	29
Tabel 3.2 Skala Likert Untuk Instrumen Penelitian	29
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R	35
Tabel 4.1 Skor Skala Likert.....	40
Tabel 4.2 Gambaran Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.3 Gambaran Umur Responden	41
Tabel 4.4 Gambaran Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Review Konten).....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kredibilitas).....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y.....	46
Tabel 4.9 Interpretasi skor.....	47
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Variabel Review Konten (X1).....	48
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kredibilitas (X2)	49
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas variabel X1 terhadap Variabel Y	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas variabel X2 terhadap Variabel Y	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61