

SKRIPSI
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(STUDI PADA TOKO *ONLINE* AGEN_HBKROMOSOM)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

SYARIFAH ST

NIM: 1810312220051

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(STUDI PADA TOKO *ONLINE* AGEN_HBKROMOSOM)**

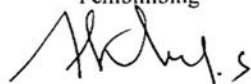
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

SYARIFAH ST

NIM:1810312220051

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 21 Desember 2022 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



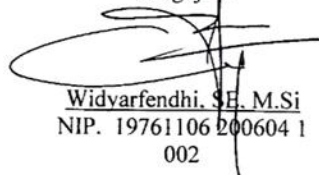
Akhmad Supriyanto, SE, MM
NIP. 19750429 200604 1 101

Penguji I



M. Zainal Abidin S. Sos, M.Si
NIP. 19750913 200312 1 001


Penguji I



Widvarfendhi, SE, M.Si
NIP. 19761106 200604 1
002



Mengetahui,
Ketua Jurusan Program Studi Manajemen



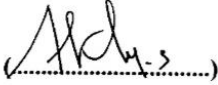

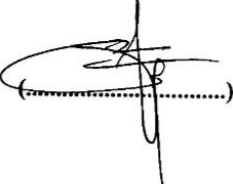
Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Syarifah ST
Nim : 1810312220046
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Online Agen_Hbkromosom)
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 21 Desember 2022

Tim Penguji

Pembimbing: Akhmad Supriyanto, SE,MM 
Penguji I: M. Zainal Abidin, S.Sos,M.Si 
Penguji II: Widyardhendhi, SE, M.Si 

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Syarifah ST

Nim : 1810312220051

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

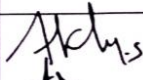


Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Online Agen_Hbkromosom)

Hari / Tanggal : Rabu, 21 Desember 2022

Tempat : Ruang Kaca PG

Waktu Ujian : 11.00 – 13.00

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji

No.	Nama	Keterangan	TTD
1	Akhmad Supriyanto, SE, MM	Pembimbing	
2	M. Zainal Abidin, S.sos, M.Si	Penguji I	
3	Widyafendhi, SE, M.Si	Penguji II	

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 25 Januari 2023

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa


Syarifah ST
NIM. 1810312220052

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 31 maret 2023

Yang membuat pernyataan



Syarifah ST
NIM. 1810312220051

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” (Studi Pada Toko Online @Agen_hbkromosom). Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini menemukan hambatan dan kendala namun karena adanya bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan yang tak terhingga kepada pihak yang telah membantu, kepada:

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Ak, M.Si CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Akhmad Supriyanto, SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan konsultasi dan terima kasih ide pemikiran, saran serta solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal bagi penulis.

5. Orang tua, kakak, adik serta keluarga yang selalu memberikan sayang, doa, semangat dan dukungannya.
6. Pemilik toko *online* Agen_hbkromosom yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini.

Banjarmasin , 1 Maret 2023

Syarifah ST
18103122220051

ABSTRACT

Syarifah ST (2022), *Electronic Word Of Mouth, Product Quality on Purchase Decisions (Study on Agen_hbkromosom Online Stores)*. Supervisor: Akhmad Supriyanto.

This research was conducted to analyze and determine the influence of Electronic Word Of Mouth (e-WOM) and product quality on purchasing decisions at the Agen_hbkromosom online store. Purchasing decision is a process where consumers recognize the problem, seek information about a particular product or brand and evaluate how well each alternative can solve the problem, which then leads to a purchase decision.

The respondents in this research were 100 customers of the online shop Agen_hbkromosom who matched the research criteria using purposive sampling technique. This type of causality research using quantitative methods. The data analysis technique used multiple linear regression.

The results showed that (1) E-WOM has a significant effect on purchasing decisions, and (2) product quality has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Product Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Syarifah ST (2022), *Electronic Word Of Mouth* , Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Online Agen_hbkromosom). Pembimbing: Akhmad Supriyanto.

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko *online* Agen_hbkromosom. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Responden dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan toko *online* Agen_hbkromosom yang sesuai dengan kriteria penelitian yang menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jenis penelitian ini kausalitas dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) E-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Pemasaran.....	15
2.1.1.1. Definisi Pemasaran	15
2.1.1.2. Bauran Pemasaran	16
2.1.2. Perilaku Konsumen	18

2.1.2.1.	Definisi Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2.2.	Model Perilaku Konsumen	19
2.1.3.	Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3.1.	Definisi Keputusan Pembelian	20
2.1.3.2.	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	21
2.1.3.3.	Tahapan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.	<i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
2.1.4.1.	Definisi <i>Word of Mouth</i> (WOM)	25
2.1.4.2.	Karakteristik <i>Word of Mouth</i> (WOM)	26
2.1.5.	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	26
2.1.5.1.	Definisi <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM)	26
2.1.5.2.	Dampak <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	27
2.1.5.3.	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM)	28
2.1.5.4.	Bentuk-Bentuk <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM),29	
2.1.5.5.	Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM)	29
2.1.6.	Kualitas Produk	31
2.1.6.2.	Definisi Kualitas Produk.....	31
2.1.6.2.	Manfaat Kualitas Produk	32
2.1.6.3.	Indikator Kualitas Produk.....	33
2.2.	Penelitian Sebelumnya	35
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS		41
3.1.	Kerangka Konseptual	41
3.2.	Hipotesis Penelitian.....	42

BAB IV METODE PENELITIAN	45
4.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	45
4.2. Jenis Penelitian.....	45
4.3. Tempat / Lokasi Penelitian.....	45
4.4. Unit Analisis.....	46
4.5. Populasi dan Sampel	46
4.5.1. Populasi	46
4.5.2. Sampel.....	46
4.6. Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	48
4.6.1. Variabel Penelitian	48
4.6.2. Definisi Operasional Variabel	49
4.7. Teknik Pengumpulan Data	52
4.7.1. Data Primer	52
4.7.2. Data Sekunder	53
4.7.3. Teknik Penentuan Skor	53
4.8. Teknik Analisis Data	55
4.8.1. Uji Instrumen.....	55
4.8.1.1. Uji Validitas	55
4.8.1.2. Uji Reliabilitas	56
4.8.2. Uji Asumsi Klasik	57
4.8.2.1. Uji Normalitas	57
4.8.2.2. Uji Multikolinieritas	58
4.8.2.3. Uji Heteroskedastisitas	58
4.8.2.4. Uji Linieritas	59

4.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.8.4. Uji Kelayakan Model	60
4.8.4.1. Uji Statistik F.....	60
4.8.5. Uji Hipotesis	60
4.8.5.1. Uji Statistik T.....	61
4.8.5.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	63
5.1. Gambaran Objek Umum	63
5.2. Hasil dan Analisis.....	65
5.2.1. Karakteristik Responden.....	65
5.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
5.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah...	67
5.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
5.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	70
5.2.2.1. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
5.2.2.2. Variabel <i>Electornic Word of Mouth</i> (X1).....	75
5.2.2.3. Variabel Kualitas Produk (X2)	79
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
5.2.3.1. Uji Validitas.....	84
5.2.3.2. Uji Reliabilitas	85
5.2.4. Analisis Data.....	87
5.2.4.1. Uji Normalitas	87
5.2.4.2. Uji Heteroskedastisitas	89

5.2.4.3. Uji Multikolinieritas	91
5.2.4.4. Uji Linieritas	91
5.2.4.5. Uji Regresi Linier Berganda.....	92
5.2.5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	94
5.2.5.1. Uji Parsial (T)	94
5.2.5.2. Uji Simultan (F).....	95
5.2.5.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	96
5.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
5.2.6.1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	97
5.2.6.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	98
5.2.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	99
5.2.7.1. Implikasi Teoritis.....	100
5.2.7.2. Implikasi Praktis	102
5.2.8. Keterbatasan Penelitian	106
BAB VI PENUTUP	108
6.1. Kesimpulan	108
6.2. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Total Penjualan Agen_hbkromosom di Marketplace Shopee pada 2021.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya Dan Jurnal.....	35
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.2 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 4.3 Kategori Skala Interval.....	54
Tabel 5.1 Daftar produk-produk perawatan kecantikan yang terdisplay di toko online Agen_hbkromosom periode 2021.....	64
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	67
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden.....	69
Tabel 5.6 Hasil Sebaran Kuisisioner pada Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 5.7 Hasil Sebaran Kuisisioner pada Variabel Electronic Word Of Mouth....	75
Tabel 5.8 Hasil Sebaran Kuisisioner pada Variabel Kualitas Produk.....	79
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 5.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	89
Tabel 5.12 Hasil Uji Glejser.....	90
Tabel 5.13 Hasil Uji Collinearity Statistics.....	91
Tabel 5.14 Hasil Uji Durbin-Watson.....	92
Tabel 5.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 5.16 Hasil Uji T.....	94

Tabel 5.17 Hasil Uji F.....	95
Tabel 5.18 Hasil Koefisien Determinasi	96
Tabel 5.19 Tabulasi Interpretasi R.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kategori Produk Paling Laris di Marketplace 2020.....	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Agen_Hbkromosom	3
Gambar 1.3 Display Produk Agen_Hbkromosom	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 5.1 Akun Instagram Agen_hbkromosom	63
Gambar 5.2 Grafik Histogram.....	87
Gambar 5.3 Grafik Normal Probability Plot.....	88
Gambar 5.4 Grafik Scatterplot	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: TABEL PENGEMBANGAN INSTRUMEN PENELITIAN	113
Lampiran 2: KUISIONER	119
Lampiran 3: DATA OBSERVASI AWAL.....	121
Lampiran 4: TABULASI DATA	126
Lampiran 5: OUTPUT OLAH DATA	130
Lampiran 6: PENYEBARAN KUISIONER.....	145

