

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh:

Rana Adilah

201910325038



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rana Adilah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325038

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 13 Juli 2023

MENYETUJUI,

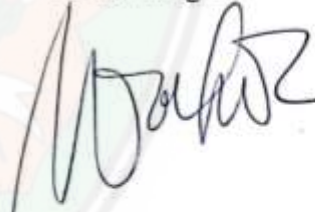
Pembimbing I



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN. 0325057908

Pembimbing II



Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN. 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rana Adilah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325038

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 13 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Sekretaris Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN. 0305087310

Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302


Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 13 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Rana Adillah

201910325038

ABSTRAK

Rana Adilah, 201910325038. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Serum Hanasui Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya TA Ganjil 2022. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Dari hasil pengolahan data yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Electronic Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk yang secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

Rana Adilah, 201910325038. *The Influence of Electronic Word Of Mouth, Price and Product Quality on Purchase Decisions of Hanasui Serum Products (Study on Bhayangkara University Students, Jakarta Raya)*

This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth (X1), Price (X2) and Product Quality (X3) on Purchase Decision (Y) Hanasui Serum Products in Bhayangkara University Jakarta Raya Students. The type of research used is quantitative with a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The population in this study were undergraduate students at the Faculty of Economics and Business, Management study program, Bhayangkara University, Jakarta Raya, Odd Year 2022. The sample in this study consisted of 95 respondents who were obtained by distributing questionnaires via Google Form. Data analysis used multiple linear analysis with the help of SPSS version 25. From the results of data processing carried out, the results of this study indicate that the Electronic Word Of Mouth variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions, the Price variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions, and the Quality variable Products have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then that there is an influence between the variables Electronic Word Of Mouth, Price and Product Quality simultaneously on Purchasing Decisions.

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb. Puji dan syukur penulis panjatkan atas khadirat Allah SWT yang maha esa atas segala rahmat dan hidayah, karunia-Nya serta kesehatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi berjudul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** dengan baik dan membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi dalam bersabar dan berfikir positif.

Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, saran, kritik, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA, selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

4. Bapak Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik, Terima kasih atas bimbingan nya dari awal semester 1 sampai semester 8, yang diberikan kepada saya sehingga saya merasa yakin untuk mengambil skripsi ini dengan cepat.
5. Bapak M Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing I dan dosen penguji skripsi saya, yang senantiasa selalu membimbing, mengarahkan dan memberikan saran dan kritiknya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc, selaku dosen pembimbing II skripsi saya, yang senantiasa selalu membimbing, mengarahkan dan memberikan saran dan kritiknya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Terima kasih kepada kedua Orang tua saya yang sangat saya cintai dan saya sayangi yang selalu memberikan Do'a, motivasi, dan semangat serta harapan agar saya dapat bisa lulus dan menyelesaikan skripsi ini, semoga kedua orang tua saya selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Terima kasih kepada saudari kembar saya Rafa Adilah dan Adik saya Rafi Fadilah yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
9. Terima kasih kepada teman sekolah saya Silvia Puspita, Putri Lestari, Winda Afifah, Fitriani, Sisilia Meiviana Kosasih, Dea Putri Utami, dan Sindi Alfiyana, yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat.
10. Terima kasih kepada teman kuliah saya Indah Oktaviana, Icha Marcela, Niffa Nadya Mirella, Sari Ismiati, Ayu Firdayanti, Annisa Chelintia Mayangsari,

Delis Prinia yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat.

11. Untuk diri saya sendiri: *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all the times.*

Dengan ini penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Maka dalam segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca. Wassalamu'alaikum wr.wb.



Jakarta, 13 Juli 2023

(Rana Adilah)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Tugas Akhir	13
BAB II	14
TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Telah Teoritis.....	14
2.1.1 Bauran Pemasaran	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 Perilaku Konsumen	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
2.1.6 Harga.....	21

2.1.7 Kualitas Produk	23
2.2 Telaah Empiris	26
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	35
3.4.1 Skala Pengukuran.....	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 Uji Validitas.....	38
3.5.2 Uji Realibilitas.....	38
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.1 Uji Normalitas	39
3.6.2 Uji Multikolinieritas	39
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.8 Uji Hipotesis	41
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	41
3.8.2 Uji Simultan (Uji F)	41
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
4.1.2 Profil Brand Hanasui.....	44
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.4 Produk Hanasui	45
4.2 Deskripsi Data.....	46

4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	47
4.3 Identitas Responden	47
4.4 Hasil Analisis Data	53
4.4.1 Uji Validitas.....	53
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5.1 Uji Normalitas	56
4.5.2 Uji Multikolinieritas	58
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.7 Uji Hipotesis.....	62
4.7.1 Uji T (Uji Parsial)	62
4.7.2 Uji F (Uji Simultan)	64
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.8 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	66
4.8.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.8.4 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Keterbatasan	71
5.3 Saran.....	72
REFERENSI.....	74
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Serum.....	6
Tabel 2. 1 Telaah Empiris	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Program Studi	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan.....	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Review	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Uji Parsial)	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Rank Serum Wajah Terlaris di E-commerce 2022	2
Gambar 1. 2 Diagram Ulasan Konsumen Produk Serum Hanasui di Tiktok Official Hanasui	4
Gambar 1. 3 Ulasan Komentar Produk Serum Hanasui di Tiktok Official Hanasui	4
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian (Y)	7
Gambar 1. 5 Hasil Pra-survey <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	8
Gambar 1. 6 Hasil Pra Survey Harga (X2)	8
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Survey Kualitas Produk (X3)	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Logo Hanasui	44
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Program Studi	50
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan	51
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	52
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Review	53
Gambar 4. 8 Grafik Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	58
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Plagiarisme Skripsi.....	81
Lampiran 2. Uji Referensi Skripsi.....	83
Lampiran 3. Lembar Kuesioner	87
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden	98
Lampiran 5. Uji SPSS 25	110
Lampiran 6. Tabel R.....	120
Lampiran 7. Tabel T	128
Lampiran 8. Tabel F	138
Lampiran 9. Surat Permohonan Penelitian.....	143
Lampiran 10. Buku Bimbingan Skripsi.....	145
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	148

