

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, SALURAN
DISTRIBUSI, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK MIE SEDAAP**

(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

Oleh :

Belva Yulivio Estiawan

202010325437



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Saluran Distribusi,
dan, Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk
Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Belva Yulivio Estiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325437

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Andrian, SE., MM
NIDN.0321077102


Haryudi Anas, S.E., MSM
NIDN.0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Belva Yulivio Estiawan

Nomor Pokok : 202010325437

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN. 0325057908

Sekretaris Tim Penguji : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN. 0329017202

Penguji : Dr. Andrian, SE., MM
NIDN. 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Electronic Word of Mouth, Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Saya memberi 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, 18 Juli 2024

Penulis



Belva Yulivio Estiawan

202010325437

ABSTRAK

Belva Yulivio Estiawan, 202010325437. Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli pada Produk Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki dampak *electronic word of mouth*, saluran distribusi, dan inovasi produk terhadap minat beli pada produk Mie Sedaap. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, melibatkan 155 responden yang merupakan konsumen Mie Sedaap di lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pengolahan data serta pengujian hipotesis dianalisis menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan adanya variabel yang saling berpengaruh, seperti yang dijelaskan berikut ini: 1) *Electronic Word of Mouth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ; 2) Saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ; 3) inovasi produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ; 4) *Electronic word of mouth*, saluran distribusi, dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, saluran distribusi, inovasi produk, dan minat beli.

ABSTRACT

Belva Yulivio Estiawan, 202010325437. *The Influence of Electronic Word of Mouth, Distribution Channels, and Product Innovation on Purchase Interest in Mie Sedaap Products (Study of 2020 Management Study Program Students, Bhayangkara University, Greater Jakarta).*

This research was conducted to investigate the impact of electronic word of mouth, distribution channels, and product innovation on purchasing interest in Mie Sedaap products. This research is research with a quantitative approach. The sampling technique used was simple random sampling, involving 155 respondents who were Mie Sedaap consumers in the Bhayangkara University area, Jakarta Raya. Data processing and hypothesis testing were analyzed using the SPSS version 26 program. The research results showed that there were variables that influenced each other, as explained below: 1) Electronic Word of Mouth partially had a significant positive effect on purchase intention; 2) Distribution channels partially have a significant positive effect on purchasing interest; 3) product innovation partially has a significant positive effect on purchase intention; 4) Electronic word of mouth, distribution channels and product innovation simultaneously influence purchasing interest.

Keywords: *electronic word of mouth, distribution channels, product innovation, and purchasing interest.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna dan belum dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang sebenarnya. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T, M.M Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Widi Winarso, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan memberi arahan kepada penulis selama perkuliahan.
5. Andrian, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberi arahan, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Haryudi Anas, S.E., MSM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberi arahan, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teruntuk Alm mama terima kasih untuk segala doa dan kasih sayang yang diberikan selama masih berada di samping penulis.
8. Kepada papa terima kasih untuk segala dukungan baik secara finansial maupun moral yang sangat berarti sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan.
9. Kepada Mas Vicky yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun finansial kepada penulis.
10. Teman – teman seperjuangan dalam perkuliahan Ryan, Yusuf, Satrio, Alfito, Aldo, dan Adzan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari pembaca.

Jakarta, 23 Juli 2024

Belva Yulivio Estiawan



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.1.1 Faktor – Faktor <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.1.2 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.2 Pengertian Saluran Distribusi.....	15
2.2.1 Jenis-Jenis Saluran Distribusi.....	16
2.2.2 Indikator Saluran Distribusi	17
2.3 Pengertian Inovasi Produk	18
2.3.1 Karakteristik dan Ciri-ciri Inovasi Produk	19

2.3.2 Indikator Inovasi Produk.....	20
2.4 Pengertian Minat Beli.....	21
2.4.1 Faktor – Faktor Minat Beli.....	22
2.4.2 Indikator Minat Beli	22
2.5 Telaah Empiris	23
2.6 Kerangka Konseptual	25
2.7 Hipotesis Penelitian.....	26
2.7.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	26
2.7.2 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli	27
2.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	27
2.7.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> , Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Objek dan Tempat Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Sumber Data.....	32
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	33
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel	33
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.6 Skala Pengukuran.....	35
3.7 Metode Analisis Data	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.8 Uji Asumsi Klasik	37
3.8.1 Uji Normalitas	37
3.8.2 Uji Multikolinearitas	38
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.4 Analisis Linear Berganda	39

3.9 Uji Hipotesis.....	40
3.9.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji T)	40
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	40
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Profil Mie Sedaap.....	42
4.1.2 Visi dan Misi Mie Sedaap	43
4.2 Deskripsi Data	44
4.2.1 Identitas Responden	44
4.3 Hasil Analisis Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Multikoleniaritas	49
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.6 Uji Hipotesis.....	53
4.6.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t).....	53
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	55
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.7.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli	57
4.7.2 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli	58
4.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli	59
4.7.4 Pengaruh Electronic Word of Mouth, Saluran Distribusi, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli.....	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Saran.....	63

REFERENSI.....	65
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikoleniaritas	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.9 Hasil Uji t	54
Tabel 4.10 Hasil Uji f.....	56
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinan (R^2)	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Permintaan Mie Instan Terbanyak di Dunia	2
Gambar 1.2 Top Brand Index Mie Instan dalam kemasan di Indonesia	2
Gambar 1.3 Top Brand Index Mie Instan dalam kemasan di Indonesia Tahun 2020-2024.....	4
Gambar 1.4 Ulasan Negatif Dari Pelanggan di Media Sosial.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Logo Mie Sedaap	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

Uji Plagiarisme.....	73
Uji Referensi	75
Surat Permohonan Penelitian	83
Lembar Kuesioner.....	85
Data Tabulasi Responden.....	90
Uji Spss	108
Buku Bimbingan	129
Daftar Riwayat Hidup	132

