

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR SECOND BATAM

SKRIPSI



Oleh:

Nurul Annisa

160910418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR SECOND BATAM

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Nurul Annisa

160910418

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nurul Annisa

NPM : 160910418

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth* Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Second Batam.

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pusaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 07 Maret 2020



Nurul Annisa
160910418

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF*
MOUTH DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PASAR SECOND BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Nurul Annisa
160910418

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 07 Maret 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dr. Hendri Herman', written in a cursive style.

Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami atau mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, dari mulut ke mulut dan minat beli terhadap keputusan pembelian di pasar second Batam . Dan untuk mengukur dan menguji hipotesis dalam penelitian ini melalui metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Batam, terutama yang telah membeli produk kedua di pasar perjudohan, populasi tidak terbatas, oleh karena itu sampel yang digunakan menggunakan rumus tabel Issac dan Michael yang berjumlah 272 orang. Agar penelitian ini untuk mendapatkan data, dilakukan melalui observasi, kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam pengolahan data dalam penelitian ini adalah skala likert dan menggunakan SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t-tabel variabel Kualitas Produk $3.092 > t\text{-tabel } 1.970$ dan nilai signifikansinya tersebut 0.002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$ serta *Word Of Mouth* $2.307 >$ dari nilai t-tabel 1.970 dan nilai signifikansinya 0.022 lebih kecil dari pada nilai $\alpha 0.05$ begitupun dengan Minat Beli . Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dengan uji t-hitung sebesar $3.666 >$ dari pada t-tabel yaitu 1.970 serta tingkat signifikannya $0.000 < 0.05$. maka dari itu peneliti mengetahui bahwa adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk, *word of mouth* dan minat beli terhadap keputusan pembelian, dan dibandingkan dengan F-hitung $12.639 > F\text{-tabel } 2.640$. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, dari mulut ke mulut dan minat beli secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk; *Wom*, Minat, Keputusan

ABSTRACT

This study aims to understand or find out whether there is an influence on product quality, word of mouth and buying interest on purchasing decisions in the second Batam market. And to measure and test hypotheses in this study through quantitative descriptive methods. The population of this research is the entire Batam community, especially those who have bought the second product in the matchmaking market, the population is not limited, therefore the sample used uses the Issac and Michael table formula, which amounts to 272 people. In order for this study to obtain data, conducted through observation, questionnaires. The data analysis technique used in data processing in this study is a Likert scale and uses SPSS 26. Based on the results of the t test results show that the t-table value of the Product Quality variable is $3.092 > t\text{-table } 1.970$ and the significance value is 0.002 where the value is smaller of the alpha value of 0.05 and Word of Mouth $2.307 >$ of the t-table value of 1.970 and the significance value of 0.022 is smaller than the alpha value of 0.05 as well as the Purchase Interest. The results of the study were obtained by researchers with the t-test of $3.666 >$ of the t-table that is 1.970 with a significance level of $0.000 < 0.05$. therefore the researcher knows that there is a significant influence between product quality, word of mouth and buying interest on purchasing decisions, and compared with the F-count $12.639 > F\text{-table } 2.640$. The results of this study are product quality, word of mouth and buying interest significantly influence purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality; Wom;Interest;Purchasing.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata atau (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Seluruh Bapak-Ibu Dosen yang sudah mentransfer ilmunya selama masa perkuliahan
6. Orang tua saya, saudara kandung, dan seluruh keluarga besar yang telah mensupport saya secara lahir dan batin.
7. Semuan pihak yang telah mendukung peneliti dalam melakukan penelitian.
8. Sahabat-sahabat saya, Muliadi, Silvia, Jihan, Eva, Yola, Betha, Agung yang membuat masa perkuliahan saya menjadi lebih berwarna.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya dalam pembuatan skripsi.
10. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 07 Maret 2020



Nurul Annisa

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.2.1 Tujuan Kualitas Produk.....	15
2.1.2.1 Indikator Kualitas Produk	15
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	16
2.1.3.2 Faktor Keberhasilan <i>Word Of Mouth</i>	17
2.1.3.3 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	18
2.1.4 Minat Beli	19
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	19
2.1.4.2 Faktor Minat Beli	20
2.1.4.3 Indikator Minat Beli.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Operasional Variabel.....	34

3.2.1	Variabel Independen	34
3.2.1.1	Kualitas Produk	34
3.2.1.2	<i>Word Of Mouth</i>	35
3.2.1.3	Minat Beli	36
3.2.2	Variabel Dependen.....	36
3.2.2.1	Keputusan Pembelian.....	37
3.3	Populasi Dan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.1	Sampel.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Alat Pengumpulan Data	40
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.2.1	Jenis Dan Sumber Data	41
3.5	Metode Analisis Data.....	42
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.5.2	Uji Kualitas Data	43
3.5.2.1	Uji Validitas Data.....	43
3.5.2.2	Uji Reabilitas.....	44
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	46
3.5.3.1	Uji Normalitas	46
3.5.3.2	Uji Multikolonieritas	47
3.5.3.3	Uji Heterosdastisitas.....	48
3.5.4	Uji Pengaruh.....	48
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi.....	49
3.5.5	Rancangan Uji Hipotesis	50
3.5.5.1	Uji T	50
3.5.5.2	Uji F.....	51
3.6	Lokasi Dan Jadwal Penelitian	52
3.6.1	Lokasi Penelitian	52
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	52
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1	Profil Responden.....	53
4.1.1	Jenis Kelamin	53
4.1.2	Usia Responden.....	54
4.1.3	Pendidikan Responden	55
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	56
4.3	Hasil Uji Kualitas Data	59
4.3.1	Hasil Uji Validitas Data	59
4.3.2	Hasil Uji Reabilitas	60
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	62
4.4.2	Hasil Uji Multikolonieritas.....	64
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
4.5	Hasil Uji Pengaruh	

4.5.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
4.6 Hasil Uji Hipotesis Uji	70
4.6.1 Uji T	70
4.6.2 Uji F.....	71
4.7 Pembahasan.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1	Gambar Kerangka Pemikiran	29
3.1	Gambar <i>Bell Shaped Curve</i>	47
4.1	Gambar Grafik Data Jenis Kelamin	54
4.2	Gambar Grafik Usia Responden.....	55
4.3	Gambar Grafik Pendidikan Responden	56
4.4	Gambar Hasil Uji Normalitas-Histogram Refression Residual.....	62
4.5	Gambar Hasil Uji Normalitas - P-P Plot Regression Standardized.....	63
4.6	Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 3.3	Indeks Koefisien Reliabilitas	46
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4.1	Jenis Kelamin responden.....	53
Tabel 4.2	Usia Responden.....	54
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	55
Tabel 4.4	Kriteria Skor Variabel	57
Tabel 4.5	Skor Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.6	Skor Variabel <i>Word Of Mouth</i>	57
Tabel 4.7	Skor Variabel Minat Beli	58
Tabel 4.8	Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Kolmogrof-Smornov.....	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikansi Individual	70
Tabel 4.17	Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1	Pearson Product Momen	43
Rumus 3.2	Spearman- Brown	44
Rumus 3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	49
Rumus 3.4	Koefisien Determinasi	49
Rumus 3.5	R^2	49
Rumus 3.6	Uji T	50
Rumus 3.7	Uji F	51
Rumus 4.1	Tingkat Persetujuan	57