

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK DAN LOYALITAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMER *READYMIX*
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Nico Tivano
200910105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK DAN LOYALITAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMER *READYMIX*
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelas Sarjana**



**Oleh:
Nico Tivano
200910105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nico Tivano
NPM : 200910105
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMER *READYMIX* DI KOTA BATAM

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

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 18 Januari 2024



Nico Tivano
200910105

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS
PRODUK, DAN LOYALITAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMER READYMIX
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelas Sarjana**

Oleh :

Nico Tivano

200910105

**Telah Disetujui Oleh Pembimbing Pada Tanggal Seperti Tertera Di Bawah
Ini :**

Batam, 19 Januari 2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nora Pitri Nainggolan', is centered on the page.

Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Batam sebagai salah satu kota besar yang ada di Indonesia dengan segala kebijakannya tentunya memiliki banyak investasi terhadap infrastruktur maupun lainnya demi menunjang kemajuan kota ini. Dalam menunjang hal pembangunan dan memperkokoh bangunan tentunya harus dibutuhkan *Readymix* yang memiliki kualitas yang baik dan dipercaya. Oleh karena itu diperlukan berbagai hal yang dapat mendorong konsumen ataupun investor untuk membuat keputusan memilih *Readymix* yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth*, kualitas produk dan Loyalitas terhadap keputusan pembelian *Readymix* di kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Teknik pengambilan kuesioner menjadi instrumen dengan responden sebanyak 100 koresponden Kota Batam dengan menggunakan rumus Slovin. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan *software* SPSS 25, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, *Word Of Mouth* (X1) berpengaruh sebesar 0,097 atau 9,7% terhadap keputusan pembelian (Y) kualitas produk (X2) berpengaruh sebesar 0,327 atau 32,7% terhadap keputusan pembelian (Y), dan Loyalitas (X3) berpengaruh sebesar 0,47 atau 47% terhadap keputusan pembelian (Y). dan juga, variabel *Word Of Mouth*, Kualitas produk dan Loyalitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Readymix* di Kota Batam sebesar 0,98 atau 98% sesuai dengan data koefisien determinasi (R^2). Menurut hasil uji hipotesis juga didapatkan bahwa *Word Of Mouth*, kualitas produk dan Loyalitas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Readymix* di Kota Batam

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

ABSTRACT

Batam, as one of the big cities in Indonesia, with all its policies, certainly has a lot of investment in infrastructure and other things to support the progress of this city. To support construction and strengthen buildings, of course you need Readymix which has good quality and is trusted. Therefore, various things are needed that can encourage consumers or investors to make decisions about choosing a good Readymix. The aim of this research is to determine the influence of Word of Mouth, product quality and loyalty on Readymix purchasing decisions in the city of Batam. This research was conducted using quantitative techniques. The questionnaire taking technique became an instrument with 100 Batam City correspondents as respondents using the Slovin formula. Questionnaires were used as a data collection technique. Using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. Based on the results of multiple linear regression, Word of Mouth (X1) has an effect of 0.097 or 9.7% on purchasing decisions (Y), product quality (X2) has an effect of 0.327 or 32.7% on purchasing decisions (Y), and Loyalty (X3) has an effect of 0.47 or 47% on purchasing decisions (Y). and also, the variables Word of Mouth, Product Quality and Loyalty influence Readymix purchasing decisions in Batam City by 0.98 or 98% according to the coefficient of determination data (R2). According to the results of the hypothesis test, it was also found that Word of Mouth, product quality and loyalty partially and simultaneously influence the decision to purchase Readymix in Batam City.

Keywords: *Readymix, Word Of Mouth, Product Quality, Loyalty, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (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. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M. Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
6. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;

8. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
9. Chris Vellyona selaku orang yang selalu menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jessica Meilani, Charles, Livianti, Vira Apriyani, Elisa, Agustina, Yessica yang selalu membantu dan mengarahkan penulis.

Batam, 18 Januari 2024



Nico Tivano



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Teori	9
2.1.1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	9
2.1.1.1. Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	10
2.1.1.2. Model Model <i>Word Of Mouth</i>	10
2.1.1.3. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	11
2.1.2. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1. Indikator Kualitas Produk	14
2.1.3. Pengertian Loyalitas.....	14
2.1.3.1. Indikator Loyalitas	14
2.1.4. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4.1. Indikator Keputusan Pembelian	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17

2.3.	Kerangka Pemikiran	21
2.3.1.	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3.	Pengaruh Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4.	Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1.	Jenis Penelitian.....	23
3.2.	Sifat Penelitian	23
3.3.	Lokasi Dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	23
3.3.2.	Periode Penelitian.....	23
3.4.	Populasi Dan Sampel.....	24
3.4.1.	Populasi	24
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel	24
3.4.3.	Teknik Sampling	25
3.5.	Sumber Data	25
3.6.	Metode Pengumpulan Data	26
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.8.	Metode Analisis Data	28
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	29
3.8.2.1.	Uji Validitas Data	29
3.8.2.2.	Uji Realibilitas	30
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	30
3.8.3.1.	Uji Normalitas.....	30
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas	31
3.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.8.4.	Uji Pengaruh.....	32
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	32
3.9.	Uji Hipotesis.....	33
3.9.1.	Uji T.....	33

3.9.2.	Uji F.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		36
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	37
4.2.1.	Data Jenis Kelamin Responden.....	37
4.2.2.	Data Usia Responden	37
4.2.3.	Data Pekerjaan Responden.....	38
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	39
4.3.1.	Deskripsi Balasan Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1)	39
4.3.2.	Deskripsi Balasan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	40
4.3.3.	Deskripsi Balasan Responden Variabel Loyalitas (X3)	41
4.3.4.	Deskripsi Balasan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
4.4.	Analisis Data	44
4.4.1.	Hasil Uji Kualitas Data	44
4.4.1.1.	Hasil Uji Validitas	44
4.4.1.2.	Uji Reliabilitas	46
4.4.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.2.1.	Hasil Uji Normalitas	47
4.4.2.2.	Hasil Uji Heteroskedasitas	49
4.4.2.3.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.4.3.	Uji Pengaruh	50
4.4.3.1.	Uji Regresi Linear Berganda.....	50
4.4.3.2.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
4.5.	Pengujian Hipotesis	52
4.5.1	Uji t (Uji Parsial).....	52
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan)	53
4.6.	Pembahasan	54
4.6.1.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.3.	Pengaruh Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.4.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Kualitas Produk dan Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	55

4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	55
4.7.1.	Implikasi Teoritis.....	55
4.7.2.	Implikasi Praktis	56
BAB V SIMPULAN & SARAN		57
5.1.	Simpulan.....	57
5.2.	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN		
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 <i>Readymix</i>	36
Gambar 4.2 <i>Histogram</i>	47
Gambar 4.3 <i>Normal P-Plot Of Regresion Standardized Residual</i>	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	247
Tabel 4.2 Rekapitan Responden Dengan Dasar Usia.....	37
Tabel 4.3 Rekapitan Responden Dengan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Rekapitan Skor Pernyataan <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	39
Tabel 4.5 Rekapitan Skor Pernyataan Kualitas Produk (X_2).....	40
Tabel 4.6 Rekapitan Skor Pernyataan Loyalitas (X_3).....	42
Tabel 4.7 Rekapitan Skor Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas(X_3).....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas(X_3).....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastitas (Uji <i>Glejser</i>).....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial).....	52
Tabel 4.22 Hasil Uji F (Simultan).....	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Slovin</i>	24
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	32
Rumus 3.3 Koefisien Determinasi	32
Rumus 3.4 Uji T	33
Rumus 3.5 Uji F	34