

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BABA PARFUM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Siti Aisyah
200910167**

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

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BABA PARFUM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Siti Aisyah
200910167**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Siti Aisyah
Npm : 200910167
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen Bisnis

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

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BABA PARFUM DI KOTA 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 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, 16 Juli 2024



Siti Aisyah
200910167

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BABA PARFUM DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh

Siti Aisyah

200910167

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 12 July 2024


Triana Ananda Rustam S.E., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Baba Parfum di Kota Batam. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang pernah dan sedang menggunakan Baba Parfum. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari 100 sampel responden. Teknik pengambilan sampel melalui teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Teknik analisis data menggunakan program SPSS versi 29. Berdasarkan hasil analisis data statistik, indikator dalam penelitian ini valid dimana dalam uji asumsi klasik, data berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel *electronic word of mouth*, kualitas produk dan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

Abstract : This study aims to examine the influence of Electronic Word of Mouth, Product Quality, and Product Knowledge on the Purchase Decision of Baba Perfume in Batam City. The population in this study comprises the residents of Batam City who have used or are currently using Baba Perfume. The data used are primary data obtained from a sample of 100 respondents. The sampling technique employed is non-probability sampling with a purposive sampling method. The analysis used is multiple regression analysis. Data analysis techniques utilize SPSS version 29. Based on the results of statistical data analysis, the indicators in this study are valid, and in the classical assumption test, the data are normally distributed and free from multicollinearity. The results of this study indicate that partially, the variable electronic word of mouth has a significant positive effect on purchase decisions. Product quality has a significant positive effect on purchase decisions. Product knowledge has a significant positive effect on purchase decisions. Simultaneously, the variables electronic word of mouth, product quality, and product knowledge have a significant positive effect on purchase decisions.

Keywords : Electronic Word of Mouth, Product Quality, Product Knowledge, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-nya, sehingga penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Baba Parfum di Kota Batam" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Prodi Manajemen Bisnis, Universitas Putera Batam.

Proses penulisan skripsi ini melibatkan dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
3. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M. selaku Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya, yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual, dan finansial yang tak ternilai selama masa studi hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Kakak saya yang telah memberikan semangat, kebersamaan, serta motivasi dalam proses penulisan skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Batam, 17 Juli 2024



Siti Aisyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II	11
PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.1.2 Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.1.1.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.1.1.4 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.1.2 Kualitas Produk	17
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.1.2.2 Karakteristik kualitas produk	19
2.1.2.3 Tingkatan kualitas produk.....	20
2.1.2.4 Indikator kualitas produk	21

2.1.3.1 Pengertian Pengetahuan Produk.....	23
2.1.3.2 Jenis-Jenis Pengetahuan Produk.....	24
2.1.3.3 Tingkatan Pengetahuan Produk.....	25
2.1.3.4 Indikator Pengetahuan Produk	26
2.1.4 Keputusan Pembelian	27
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.3 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian.....	30
2.1.4.4 Indikator keputusan pembelian.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka pemikiran	38
2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.3 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.4 Pengaruh <i>Electronic Word of mouth</i> , Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4 Hipotesis	41
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Sifat Penelitian	40
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	41
3.3.1 Lokasi Penelitian	41
3.3.2 Periode Penelitian.....	41
3.4 Populasi Penelitian	42
3.4.1 Sample Penelitian	42
3.4.3 Teknik Sampling	43
3.5 Sumber Data.....	44
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.7.1 Variabel Independen (variabel bebas).	45
3.7.2 Variabel Dependen (variabel terikat).....	45

3.8 Metode Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.8.2 Uji Kualitas Data	48
3.8.2.1 Uji Validitas Data	48
3.8.2.2 Uji Reabilitas Data.....	49
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.8.3.1 Uji Normalitas	50
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	51
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.8.4 Uji Pengaruh.....	51
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.8.4.2 Uji R.....	52
3.9 Uji Hipotesis.....	52
3.9.1 Uji T (Parsial).....	52
3.9.2 Uji F (Simultan).....	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Karakter Responden.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	58
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Baba Parfum	58
4.3 Jawaban Responden.....	60
4.3.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	59
4.3.2 Kualitas Produk (X2).....	59
4.3.3 Pengetahuan Produk (X3)	61
4.3.4 Keputusan Pembelian (Y)	62
4.4 Analisis Data	62
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data	62
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas	62

4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	64
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	69
4.4.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.4.3.2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	72
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	73
4.6 Pembahasan.....	74
4.6.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian....	74
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.6.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> , Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.7 Implikasi Penelitian	76
BAB V.....	78
KESIMPULAN & SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DARTAR PUSTAKA	xvi
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	xviii
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	xli
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian.....	xlii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-P Plot	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan E-WOM (rating) Baba parfum dengan pesaing	3
Tabel 1.2 Ulasan Kualitas Baba Parfum	4
Tabel 1.3 Data penjualan Baba Parfum.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Periode Penelitian	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel	46
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	48
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4 Berdasarkan Tempat Tinggal	58
Tabel 4.5 Berdasarkan Pengguna Baba Parfum.....	59
Tabel 4.6 Skor Indikator Electronic Word of Mouth (X1).....	60
Tabel 4.7 Skor Indikator Kualitas Produk (X2).....	60
Tabel 4.8 Skor Indikator Pengetahuan Produk (X3).....	61
Tabel 4.9 Skor Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Sample	43
Rumus 3.2 Rentang Skala	47