

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN
WANITA MEREK KIYORIBYLINS DI SURABAYA**



Oleh :

ASMARA DIAH ERISKA

NBI : 1211700228

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN
WANITA MEREK KIYORIBYLINS DI SURABAYA**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Program Stufi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

ASMARA DIAH ERISKA

NBI : 1211700228

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

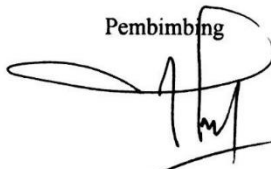
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Asmara Diah Eriska
NBI : 1211700228
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, dan
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian
Wanita Merek Kiyoribylins Di Surabaya

Surabaya, 3 Juni 2021

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



Dr. Abdul Halik, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **16 Juni 2021**

TIM PENGUJI :

- | | | |
|----------------------------|-----------|--------|
| 1. Dr. IA Brahma Ratih, MM | - Ketua | :..... |
| 2. Dr. Abdul Haliq, MM | - Anggota | :..... |
| 3. Dra. Ec. Sri Budi K, MM | - Anggota | :..... |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan.



SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Asmara Diah Eriska
2. NBI : 1211700228
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578315803980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Bulu Jaya I A / 08 RT/RW 003/004,
Kel. Lontar, Kec. Sambikerep,
Surabaya.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN WANITA MEREK KIYORIBYLINS DI SURABAYA

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disetasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka sayak bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 3 Juni 2021

Yang membuat,



Asmara Diah Eriska



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asmara Diah Eriska
NBI : 1211700228
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Merek Kiyoribylins Di Surabaya

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(Asmara Diah Eriska)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN WANITA MEREK KIYORIBYLINS DI SURABAYA”** dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada ssemua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Seluruh keluarga besar saya terutama Ayah, Ibu dan Adik yang selalu mencurahkan seluruh doa dan dukungan secara finansial sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Dr. Abdul Halik, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
4. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

7. Seluruh sahabat terbaik saya di kampus (Aura, Happy, Silvi, Ejak, Bella Putri) yang telah banyak membantu, memberikan motivasi, semangat, doa, dan sudah mau berjuang bersama-sama. Terima kasih banyak atas pengalaman, nasehat dan waktu yang telah kalian berikan, semoga hubungan ini dapat terjalin selamanya.
8. Seluruh teman-teman di kampus dan rekan-rekan kerja saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih karena bersedia memberikan segala ilmu, pengetahuan, dan pengalaman sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Untuk Feranda Zola Oktabar yang selalu mendukung saya dari jauh dan selalu mendoakan, memberi semangat agar tetap selalu kuat dalam menyelesaikan skripsi saya. Saya ucapakan banyak-banyak terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Surabaya, 3 Juni 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Asmara', written over a horizontal line.

Asmara Diah Eriska

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN WANITA MEREK KIYORIBYLINS DI SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian wanita merek Kiyoribylins di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Kiyoribylins dan menggunakan sosial media. Jumlah sampel adalah sebanyak 100 responden dengan berdasarkan pada pendapat Sugiyono (20017:91) bahwa sampel yang layak digunakan antara 30 - 500 dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Untuk metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisi data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian wanita merek Kiyoribylins. Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian wanita merek Kiyoribylins. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian wanita merek Kiyoribylins. *Electronic word of Mouth* (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian wanita merek Kiyoribylins.

Kata kunci : *Electronic word of Mouth*, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pemeblian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF KIYORIBYLINS WOMEN'S CLOTHING BRAND IN SURABAYA

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth, price perception and product quality on the purchasing decision of Kiyoribylins women's clothing in Surabaya. The population in this study are consumers who have made purchases at Kiyoribylins and used social media. The number of samples is 100 respondents based on the opinion of Sugiyono (20017:91) that the appropriate sample is between 30 - 500 using non-probability sampling technique. For the data collection method using a questionnaire. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis and is processed using the help of IBM SPSS Statistic 25. The results of this study indicate that Electronic word of mouth has an effect on purchasing decisions for women's clothing brand Kiyoribylins. Price perception affects the purchasing decision of women's clothing brand Kiyoribylins. Product quality has an effect on purchasing decisions for women's clothing brand Kiyoribylins. Electronic word of mouth (X1), Price Perception (X2), and Product Quality (X3) simultaneously influence the purchasing decision of Kiyoribylins women's clothing.

Keywords : *Electronic word of mouth, price perception, product quality, purchasing decisions.*

RINGKASAN

Kiyoribylins merupakan salah satu merek pakaian wanita yang awalnya hanya *online shop* kecil kini berkembang menjadi salah satu merek pakaian wanita yang cukup dikenal dan besar di Surabaya. Kiyoribylins telah memanfaatkan sosial media untuk membagikan informasi mengenai harga dan kualitas produk yang dapat diketahui oleh seluruh konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian pakaian merek Kiyoribylins. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian wanita merek Kiyoribylins di Surabaya.

Dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan syarat telah melakukan pembelian pakaian merek Kiyoribylins dan menggunakan sosial media dan untuk Teknik pengambilam sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linier berganda dengan alat pengolahan data IBM SPSS Statistic 25.

Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 3,359 + 0,767X1 + 0,431X2 + 0,291X3$. Hasil uji T (parsial) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan sebesar $0,016 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Lalu untuk hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Hasil dari koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,842 sehingga dapat diartikan bahwa sehingga dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel *electronic word of mouth* (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 84,2% dan 15,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misal citra merek, desain produk, dan kepercayaan produk.

Berdasarkan penjelasan tersebut konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai bahwa penyebaran informasi, harga yang ditawarkan serta kualitas yang diberikan oleh Kiyoribylins mempengaruhi konsumen dalam keputusan membeli pakaian wanita merek Kiyoribylins. Diharapkan Kiyoribylins bisa

mengembangkan informasi dan kualitas yang ditawarkan serta berinovasi dan mengikuti tren pakaian yang mengikuti jaman untuk dapat bersaing dengan merek-merek lain yang ada di Surabaya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis.....	5
1.4.2 Manfaat Akademis	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Pengertian Electronic Word Of Mouth.....	8
2.1.3.1 Manfaat <i>Electronic Word Of Mouth</i>	9
2.1.3.2 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	9

2.1.4 Pengertian Persepsi harga.....	10
2.1.4.1 Indikator Persepsi Harga	10
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi persepsi harga	11
2.1.5 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.5.1 Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.5.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.1.6.1 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.6.2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	17
2.3.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	17
2.3.3 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.4 E-WOM, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2.1 Lokasi Penelitian	21
3.2.2 Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.3.1 Jenis Data	22
3.3.2 Sumber data.....	22
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel.....	23

3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5.1 Studi Pustaka	23
3.5.2 Dokumentasi	23
3.5.3 Kuesioner	24
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	24
3.6.1 Definisi Variabel Penelitian	24
3.6.2 Definisi Operasional	25
3.7 Proses Pengolahan Data	27
3.8 Metode Analisis Data	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.8.3.1 Uji Normalitas	29
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas	29
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	29
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	30
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.9.2 Uji T (Parsial)	30
3.9.3 Uji F (Simultan)	30
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Kiyoribylins	33
4.1.1 Tujuan Kiyoribylins	33
4.1.2 Struktur Organisasi dan Jabatan	33
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	34
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden	34
4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	34

4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden	35
4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Responden.....	36
4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Sosial Media.....	36
4.3 Uji Instrumen	37
4.3.1 Uji Validitas	37
4.3.2 Uji Reliabilitas	39
4.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Uji Normalitas	40
4.4.2 Uji Multikolinieritas	41
4.4.3 Uji heteroskedastisitas.....	41
4.5 Pengujian Hipotesis.....	43
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.5.2 Uji T (Parsial).....	44
4.5.3 Uji F (Simultan)	46
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	47
4.6.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian...	47
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.4 Pengaruh <i>Elcetronic Word Of Mouth</i> , Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.7 Implikasi Penelitian.....	50
4.8 Keterbatasan Penelitian	50
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Produk Terlaku	2
Gambar 4. 1 Grafik Normalitas P-P Plot.....	40
Gambar 4. 2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Gambar 4. 3 Grafik kurva Uji T E-WOM.....	45
Gambar 4. 4 Grafik Kurva uji T Persepsi Harga.....	45
Gambar 4. 5 Grafik Kurva Uji T Kualitas Produk	45
Gambar 4. 6 Grafik Kurva Uji F	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala dan Skor Kuesioner	24
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Responden	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Sosial Media.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji T (Parsial)	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji F (Simultan)	46
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	59
Lampiran 2	64
Lampiran 3	79
Lampiran 4	81
Lampiran 5	91
Lampiran 6	93
Lampiran 7	95
Lampiran 8	95
Lampiran 9	96
Lampiran 10	96
Lampiran 11	97
Lampiran 12	98