

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMEJA KOKO ARRAYAKIDS DI INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

MUHAMMAD DANDY PRASETYO

203402416270



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMEJA KOKO ARRAYAKIDS DI INSTAGRAM**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

MUHAMMAD DANDY PRASETYO

203402416270



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA KOKO ARRAYAKIDS DI INSTAGRAM

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Agustus 2024



Muhammad Dandy Prasetyo
203402416270

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Koko Arrayakids Di Instagram

Nama : Muhammad Dandy Prasetyo

NPM : 203402416270

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Jakarta, 29 Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Koko Arrayakids Di Instagram

Nama : Muhammad Dandy Prasetyo

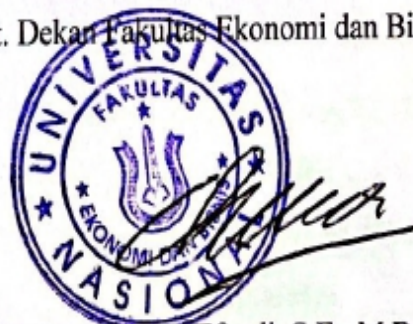
NPM : 203402416270

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Mengetahui

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA KOKO ARRAYAKIDS DI INSTAGRAM

Oleh :

Muhammad Dandy Prasetyo

203402416270

Tugas akhir ini di bimbing oleh Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, variasi produk dan *electronic word of mouth (E-WOM)* terhadap keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram. Metode pengambilan sampel yang digunakan ialah *probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis inferensial dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 29.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram. Variasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram. *Electronic word of mouth (E-WOM)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kemeja koko Arrayakids di Instagram. Berdasarkan hasil regresi didapatkan bahwa *electronic word of mouth (E-WOM)* memiliki nilai kontribusi tertinggi terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, variasi produk dan *electronic word of mouth (E-WOM)*, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT VARIETY, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PURCHASING DECISIONS FOR ARRAYAKIDS KOKO SHIRTS ON INSTAGRAM.

By :

Muhammad Dandy Prasetyo

203402416270

The thesis was supervised by Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si

This study aims to determine the effect of product quality, product variety and electronic word of mouth (E-WOM) on purchasing decisions for Arrayakids koko shirts on Instagram. The sampling method used is probability sampling with Purposive sampling technique. This type of research uses quantitative descriptive methods and inferential analysis using primary data in the form of a questionnaire to 100 respondents. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis and using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 29.0 programme. The results showed that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Arrayakids koko shirts on Instagram. Product variety has a positive and significant effect on purchasing decisions for Arrayakids koko shirts on Instagram. Electronic word of mouth (E-WOM) has a positive and significant effect on purchasing decisions for Arrayakids koko shirts on Instagram. Based on the regression results, it is found that electronic word of mouth (E-WOM) has the highest contribution value to purchasing decisions in this study.

Keywords: product quality, product variety and electronic word of mouth (E-WOM), purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala doa, anugerah, dan rahmat-Nya yang tak henti-hentinya diberikan kepada saya. Segala kemampuan yang dianugerahkan-Nya memungkinkan saya menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini membahas tentang " Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Koko Arrayakids Di Instagram", dengan tujuan memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang berharga selama proses penulisan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
7. *Staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
8. Kepada kedua orang tua saya Bapak Suripno dan Ibu Suparmi yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan penulis, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis mendengarkan segala keluhan

penulis dan doa untuk penulis. Terima kasih atas segala dukungan yang sudah bapak dan mama berikan baik hal material maupun non material.

9. Teman-teman manajemen angkatan tahun 2020 yang sudah memberikan *support* dan semangat
10. Semua pihak lain yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Namun, saya berharap dapat memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkannya di masa yang akan datang. Terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Terima kasih



DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan	II
Lembar Persetujuan	III
Lembar Pengesahaan	IV
Abstrak	V
Abstract	VI
Daftar Riwayat Hidup	VII
Kata Pengantar	VIII
Daftra Isi	X
Daftar Tabel	XII
Daftar Gambar	XIII
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
Bab II Tinjauan Pustaka	8
A. Manajemen Pemasaran	8
B. Keputusan Pembelian	10
C. Kualitas Produk	12
D. Variasi Produk	14
E. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	16
F. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian	18
G. Penelitian Terdahulu	19
H. Kerangka Analisis	22
I. Hipotesis	23
Bab III Metode Peneltian	24
A. Objek Penelitian	24
B. Data Peneltian	24
C. Definisi Oprasional	28
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	33

A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan.....	52
Bab V Kesimpulan Dan Saran.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
Daftar Pustaka	58
Lampiran	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Beberapa Kompetitor Dari Toko Online Arrayakids Pada Tahun 2023 ...	4
Tabel 1.2 Data Penjualan dari toko online Arrayakids 2021-2023	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	21
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Gambar Produk Best Saller Dari Baju Koko Arrayakids	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5 Interval Tanggapan Responden	39
Tabel 4.6 Average Total Mean Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.7 Average Total Mean Variasi Produk.....	40
Tabel 4.8 Average Total Mean Variasi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	41
Tabel 4.9 Average Total Mean Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Liner Berganda	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	23
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	37
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	38

