

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND EQUITY*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUSU ULTRA MILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI
JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

PIYA SYAWALA DEHAN

213402516112



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND EQUITY*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUSU ULTRA MILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI
JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

PIYA SYAWALA DEHAN

213402516112



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND EQUITY*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUSU ULTRA MILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI
JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 13 Agustus 2025



PIYA SYAWALA DEHAN

213402516112

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND EQUITY DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU ULTRA MILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **PIYA SYAWALA DEHAN**
Nomor Pokok Mahasiswa : **213402516112**
Program Studi : **MANAJEMEN**



Ketua Program Studi Manajemen

(Dr. Resti Hardini., S.E., M.Si.)

Jakarta 13 Agustus 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND EQUITY* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **PIYA SYAWALA DEHAN**

Nomor Pokok : **213402516112**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Resti Hardini., S.E., M.Si)

Ketua Penguji,



(Dr. Rahayu Lestari, S. E., M. M.)

Anggota Penguji,


(Dr. Elwisam, S. E., M. M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 13 Agustus 2025

Tanggal Lulus : 02 September 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND EQUITY* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU ULTRA MILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Piya Syawala Dehan

NPM : 213402516112

Tugas Akhir dibawah bimbingan Ibu Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kualitas Produk (X1), *Brand Equity* (X2), dan *Word Of Mouth* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan. Penelitian ini mempergunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda serta bersumber dari data primer melalui kuesioner dengan sampel 96 responden yang dipilih pernah melakukan pembelian minimal satu kali dengan mempergunakan metode *non – probability* sampling serta teknik *purposive sampling*. Diolah dengan mempergunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 30. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwasanya Kualitas Produk memengaruhi positif signifikan Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan. *Brand Equity* memengaruhi positif signifikan Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan, dan *Word Of Mouth* memengaruhi positif signifikan Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND EQUITY, AND WORD OF MOUTH ON ULTRA MILK PURCHASE DECISIONS AMONG NATIONAL UNIVERSITY STUDENTS IN SOUTH JAKARTA

By:

Piya Syawala Dehan

Number of Students: 213402516112

Final Project under the guidance of Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

This study aims to analyze the influence of Product Quality (X1), Brand Equity (X2), and Word Of Mouth (X3) on Ultra Milk Purchasing Decisions (Y) among National University Students in South Jakarta. This study uses a quantitative method with multiple linear regression analysis techniques and is sourced from primary data through questionnaires with a sample of 96 respondents selected who have made a purchase at least once using the non-probability sampling method and purposive sampling technique. Processed using SPSS (Statistical Program for Social Science) version 30. The findings of this study show that Product Quality has a significant positive effect on Ultra Milk Purchasing Decisions among National University Students in South Jakarta. Brand Equity has a significant positive effect on Ultra Milk Purchasing Decisions among National University Students in South Jakarta, and Word Of Mouth has a significant positive effect on Ultra Milk Purchasing Decisions among National University Students in South Jakarta.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Word of Mouth, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah Alaa Kulli Haal, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia rahmat, berkah dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Brand Equity, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk Pada Mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan** ” dengan baik. Proposal tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwasanya penulisan proposal tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya Ridho Illahi. Penulis banyak menerima bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bernawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang juga selaku Dosen Pembimbing saya yang saya hormati, telah bersedia dan tunjuk ajar saya dalam menyusun proposal tugas akhir hingga selesai.
5. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional, khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta tunjuk ajar kepada anak didiknya sehingga mampu bertumbuh dan berkembang selama proses belajar.

7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan pelayanan serta bantuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada diri saya sendiri, Piya Syawala Dehan yang telah mampu berjalan jauh sampai berada dititik ini. Terimakasih atas setiap langkah, tantangan serta rintangan yang berhasil membawa saya sampai dititik ini.
9. Bapak Alm. Dedi Hartono dan Ibu Dian Anggraeny selaku orang tua kandung saya yang telah memberikan do' a serta semangat dalam bentuk motivasi yang berharga dan kasih sayang selama saya bertumbuh sampai dibangku kuliah Universitas Nasional.
10. Nasya Syawala Dehan dan Nazwa Zaskia Azzahra, Adik saya yang selalu memberi hiburan tawa, menemani dan mendukung selama berproses menyusun proposal tugas akhir ini.
11. Bapak Marvin T.Wattimena dan Ibu Marina Arfah selaku orang tua asuh saya yang telah memberikan do'a, semangat, motivasi yang menginspirasi serta dukungan dalam bentuk materiil selama saya berkuliah di Universitas Nasional.
12. Ibu Saniyah dan Ns. Noer Asanah, S. Kep selaku Ibu dan Kakak angkat saya yang telah memberikan fasilitas, do'a, dukungan dan selalu mengingatkan saya untuk menguatkan do'a dan sholawat akan mengingat Allah SWT dan Rasulullah SAW yang selalu kebersamai diri saya serta para Hamba – Nya dan Ummat – Nya.
13. Kepada seluruh Keluarga Besar yang selalu memberikan saya do'a. semangat dan motivasi serta atas ikatan kekeluargaan yang erat sehingga saya mampu menyelesaikan dengan baik.
14. Meisya Al Zahra selaku sahabat sholehah dan seperjuangan saya yang selalu kebersamai, menemani, membimbing, memberi hiburan, mendoakan dan memberi dukungan serta motivasi untuk saya selama masa penyusunan proposal tugas akhir ini hingga sepanjang masa selalu kebersamai saya.
15. Fadillah Nur Azizah selaku Kakak Tingkat saya angkatan 2020 yang selalu menjadi tempat diskusi dan membimbing saya dengan sabar dalam penyusunan proposal tugas akhir ini. Serta Lina Herawaty dan Rayskah

Ningsih selaku sahabat seperjuangan yang juga membantu dan membimbing saya hingga menemani perjalanan saya dalam menyusun proposal tugas akhir ini.

16. Aulia Raudhatul Jan'Nah dan Nur Anisa Rahmadini selaku sobat kecil saya hingga menjadi saudara yang selalu menemani, menghibur, mendukung serta semangat saya dalam proses penyusunan proposal tugas akhir ini.
17. Rekan – rekan organisasi saya di KSPM FEB UNAS serta UNASFEST 2023 & 2024 yang selalu memberikan dukungan, memotivasi dan berbagi ide pikiran serta pengalaman selama menyusun proposal tugas akhir ini.
18. Seluruh rekan – rekan Universitas Nasional khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat dan sayang saya. Terimakasih karena kebersamaan, memberi dukungan moral, kenangan yang tak akan pernah terlupakan dan menemani saya selama berproses. Bersama kita tumbuh dan menjadi versi hebat terbaik diri sendiri. *We can so much, let grow together and shine together.*
19. Ustadzah Halimah Alaydrus, Ustadzah Nabila Al Haddad dan Ustadzah Amira Al Haddad seorang *Murrobi Ruhina* saya yang memberikan lentera untuk menerangi jalan, memberikan nasihat, mengingatkan kebaikan hingga membimbing jiwa meraih cahaya – Nya. Selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini. Allah SWT selalu memberkahi dan merahmati Yaa Ustadzah.

Penulis menyadari penulisan proposal tugas akhir ini tidak luput dari kekurangan, maka dengan penuh optimis penulis mengharapkan saran dan kritik yang menumbuhkan agar proposal tugas akhir ini mendapatkan paripurna. Semoga proposal tugas akhir ini, bermanfaat dan menjadi peran yang sangat berarti bagi pihak yang membutuhkan. Terima kasih.

Jakarta, Agustus 2025

Penulis,

PIYA SYAWALA DEHAN

213402516112

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pengertian Pemasaran & Manajemen Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran.....	8
B. Keputusan Pembelian.....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
3. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	11
4. Dimensi Keputusan Pembelian	11
5. Indikator Keputusan Pembelian	12
C. Kualitas Produk.....	12
1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2. Faktor-faktor Kualitas Produk.....	13
3. Dimensi Kualitas Produk	13
4. Indikator kualitas produk	14
D. Brand Equity	15
1. Pengertian Brand Equity	15
2. Faktor- Faktor <i>Brand Equity</i>	15
3. Indikator Brand Equity.....	16
E. Word Of Mouth (WOM).....	17

1.	Pengertian Word Of Mouth.....	17
2.	Faktor- Faktor <i>Word Of Mouth</i>	17
3.	Jenis <i>Word Of Mouth</i>	18
4.	Indikator Word Of Mouth	18
F.	Keterkaitan Antar Variabel	19
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.	Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian	19
3.	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
G.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	20
H.	Kerangka Analisis	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
A.	Objek Penelitian	25
B.	Data Penelitian	25
1.	Sumber Data dan Jenis Data	25
2.	Populasi dan Sampel	25
C.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28
D.	Jenis Variabel Digunakan	28
E.	Definisi Operasional Variabel.....	29
F.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	30
1.	Metode Analisis	30
2.	Uji Instrumen	31
3.	Uji Asumsi Klasik.....	32
4.	Uji Kelayakan Model	34
G.	Pengujian Hipotesis secara Parsial.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
A.	Hasil Penelitian	35
1.	Deskripsi Data Penelitian	35
2.	Latar Belakang Perusahaan Ultrajaya Milk Industry	35
3.	Karakteristik Responden	36
4.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	39
a.	Uji Instrumen	44
1)	Uji Validitas	44
2)	Uji Reliabilitas	45
b.	Uji Asumsi Klasik.....	45

1) Uji Normalitas.....	45
2) Uji Multikolinearitas	47
3) Uji Heteroskedastisitas.....	48
4) Uji Autokorelasi	49
c. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
d. Uji Kelayakan Model	51
1) Uji F	51
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
e. Pengujian Hipotesis secara Parsial.....	53
3) Uji Hipotesis (Uji t).....	53
B. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks kategori Susu Cair MBDK.....	3
Tabel 2.2 Hasil rujukan penelitian	20
Tabel 3.1 Data Sampel Mahasiswa	27
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 3.5 Operasional Variabel	29
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Pendapatan.....	38
Tabel 4.10 Total Skor Mean Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.11 Total Skor Mean Variabel Brand Equity.....	41
Tabel 4.12 Total Skor Mean Variabel Word Of Mouth	42
Tabel 4.13 Total Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.14 Uji Validitas	44
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.16 Uji Normalitas	46
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.19 Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.21 Uji F.....	51
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.23 Uji Hipotesis (Uji t).....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap proses keputusan pembelian	10
Gambar 2.2 Kerangka Analisis	23
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Pendapatan	38

