

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN
WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN JOKOPI
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



OLEH :

MIFTAHUL CHAIRUL ANWAR
NPM : 16420085

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanding di bawah ini :

Nama : MIFTAHUL CHAIRUL ANWAR
NPM : 16420085
Alamat : Margodadi gang lebar no 17, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JOKOPI (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)** adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Miftahul Chairul Anwar
NPM : 16420085

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JOKOPI (Studi pada Mahasiswa
FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

MIFTAHUL CHAIRUL ANWAR

NPM : 16420085

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE. M.Si.

Tanggal, 14 Juli 2021.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si

Tanggal, 14 Juli 2021.....

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JOKOPI

(Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MIFTAHUL CHAIRUL ANWAR

NPM :16420085

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. DWI BHAKTI IRIANTINI, SE. M. Si

Ketua Tim Penguji



WIWIK HERAWATI, SE.,MM

Anggota Dewan Penguji Lain



LESTARI, SE, MM

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....14 Juli 2021.....



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jokopi (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”**.

Adapun maksud dan tujuan penulis skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril ataupun material secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (K), Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Hendra Prasetya, S.E., M.Ak, SE, M.Ak., Selaku Dosen Wali yang selalu memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Dra.Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bantuan, arahan, masukan, kritik, dan kesabaran selama proses penulisan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama masa perkuliahan.

7. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Moch. Amin dan Ibu Nawiyah Rahayu yang selalu mendoakan tanpa henti, sabar, selalu memberikan semangat, dan pengorbanannya dari segi moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Ketiga adik kandung saya, yaitu Robith Ainul Yaqin, Risma Putri Wulandari, dan Syafirah Humairoh yang telah menjadi adik-adik terhebat dalam hidup dengan selalu menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman saya, yaitu Ayub Khan yang telah menjadi teman berproses dari awal sampai sekarang, serta membantu banyak dalam masa perkuliahan sampai bisa menyelesaikan skripsi ini, dan sudah banyak melewati momen susah senang bersama-sama.
11. Teman-teman yang tergabung dalam grup “Pendaki Gunung” yang selalu memberikan dukungan dan semangat disaat sedang kesusahan, peran kalian sangat berpengaruh positif bagi saya dalam sejauh ini berproses.
12. Kawan-kawan UKM FUTSAL, yang senantiasa selalu memberikan yang terbaik, baik dalam hal menyiapkan program kerja dan memberikan pengalaman dalam hal berorganisasi.
13. Manajemen C angkatan 2016, yang selalu menciptakan kekeluargaan, kesolidan, dan kekompakan baik didalam maupun diluar kelas terutama kepada Reinhard, Fauzan, Adhit, Wiranto, dan Afandi yang sudah menjadi teman baik selama masa perkuliahan. Mohon maaf apabila tidak dapat menyebutkan satu-persatu dan semoga seluruh anggota Manajemen C angkatan 2016 esok bisa sukses dengan cara kalian masing-masing.
14. PT BERKAH CATHERING NUSANTARA, yang sudah membantu dalam hal finansial serta mencukupi kebutuhan sehari-hari saya selama masa perkuliahan.

15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu-persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat ikut memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

Terakhir, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis sendiri.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surabaya, 7 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.1.2 Konsep Keputusan Pembelian	13
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.2 Unsur-Unsur Pemasaran	19
2.1.2.3 Karakteristik Manajemen Pemasaran	21
2.1.3 Kualitas Produk.....	22
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	22
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.1.3.3 Tujuan Kualitas Produk	27

2.1.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	27
2.1.3.5 Manfaat Kualitas Produk	31
2.1.4 <i>Brand Image</i>	32
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	32
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	34
2.1.4.3 Indikator <i>Brand Image</i>	35
2.1.4.4 Manfaat <i>Brand Image</i>	36
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	38
2.1.5.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	38
2.1.5.2 Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	39
2.1.5.3 Yang Perlu Diperhatikan dalam <i>Word Of Mouth</i>	41
2.1.5.4 Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth</i>	44
2.1.5.5 Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	45
2.2 Peneliti Sebelumnya	46
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	50
2.3.1 Hipotesis.....	50
2.3.2 Model Analisis	50
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	51
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi	51
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Identifikasi Variabel.....	52
3.3.1 Variabel Dependen (Y)	52
3.3.2 Variabel Independen (X).....	52
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.4.1 Keputusan Pembelian.....	53
3.4.2 Kualitas Produk.....	54
3.4.3 <i>Brand Image</i>	55
3.4.4 <i>Word Of Mouth</i>	57
3.5 Jenis dan Sumber Data	57

3.6	Prosedur Pengumpulan Data	58
3.7	Teknik Analisis	59
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	59
3.7.2	Uji Validitas	59
3.7.3	Uji Reliabilitas.....	59
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	61
3.7.5.1	Uji Statistik F.....	61
3.7.5.2	Uji Statistik t.....	61
3.7.5.3	Koefisien Determiasi (R^2).....	63
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1	Sejarah Jokopi	64
4.2	Hasil Penelitian	66
4.2.1	Pelaksanaan Penelitian	66
4.2.2	Karakteristik Responden Penelitian	66
4.2.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester ...	68
4.2.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	69
4.2.3	Hasil Tanggapan Responden.....	69
4.2.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	70
4.3	Teknik Analisis	72
4.3.1	Hasil Uji Instrumen	72
4.3.1.1	Hasil Uji Validitas	72
4.3.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
4.3.2	Hasil Uji Model.....	73
4.3.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.2.2	Hasil Uji F.....	75
4.3.2.3	Hasil Uji t.....	77
4.3.2.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .	80
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	81
4.3.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian..	82
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran.....	83
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	68
Tebel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	69
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif.....	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	50
Gambar 3.1 Kurva Uji f	62
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	62
Gambar 4.1 Kurva Distribusi F.....	77
Gambar 4.2 Kurva Distribusi t Kualitas Produk	78
Gambar 4.3 Kurva Distribusi t <i>Brand Image</i>	79
Gambar 4.4 Kurva Distribusi t <i>Word Of Mouth</i>	79

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen jokopi (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dan terdapat 100 Mahasiswa sebagai sampel penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner terhadap kriteria tertentu yang sudah ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan program SPSS dan diketahui persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 3,718 + 0,146X_1 + 0,170X_2 + 0,511X_3.$$

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien sebesar 2,745 dan probabilitas sebesar 0,007, *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien sebesar 1,488 dan probabilitas sebesar 0,140, *word of mouth* (WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien sebesar 7,950 dan probabilitas sebesar 0,000. Nilai R square sebesar 0,635 yang berarti pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian sebesar 63,5%, sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : kualitas produk, *brand image*, *word of mouth* (WOM), dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the influence of product quality, brand image, and word of mouth (WOM) on consumer purchasing decisions for jokopi (study of students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya). The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya, and there were 100 students as research samples using purposive sampling method. The data used is by distributing questionnaires to certain predetermined criteria. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis technique with SPSS program and the regression equation is known as follows.

$$Y = 3.718 + 0.146X_1 + 0.170X_2 + 0.511X_3.$$

Based on the results of this study, it can be concluded that product quality has a significant effect on purchasing decisions with a coefficient of 2,745 and a probability of 0,007, brand image has no significant effect on purchasing decisions with a coefficient of 1,488 and a probability of 0,140, word of mouth (WOM) has a significant effect on purchasing decisions with a coefficient of 7,950 and a probability of 0,000. The value of R square is 0,635, which means that the influence of product quality, brand image, and word of mouth (WOM) on purchasing decisions is 63.5%, while the remaining 36.5% is influenced by other variables outside this research model.

Keywords : product quality, brand image, word of mouth (WOM), and consumer purchasing.