

**PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
CV. INDONUSA MAKMUR SEJATI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Arpan Sirnay
NIM : 43114310076**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Program Studi S-1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arpan Sirnay

NIM : 43114310076

Program Studi : S1 Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, September 2017



Arpan Sirnay

NIM: 43114310076

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arpan Sirnay
NIM : 43114310076
Program Studi : S-1 Manajemen
Judul SKripsi : Pengaruh *Word of Mouth* (WOM) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada CV. Indonusa Makmur Sejati

Tanggal Ujian Skripsi:

Disahkan Oleh

Pembimbing

Hirdinis M, S.E., M.M.

Tanggal :

Ketua Penguji

Muhammad, S.E., M.M.

Tanggal :

Dekan,

Dr. Harnovinsyah, Ak., MSi, CA.

Tanggal :

Ketua Program Studi

S-1 Manajemen.

Dudi Permana., Ph.D, M.M

Tanggal :

ABSTRACT

This research aims to find out the influences of Word of Mouth as part of marketing mix and product quality to Buy back readability. The case study was held on CV. Indonusa Makmur Sejati during 2017 by using associative causative approach. The independent variables in this research are Word of Mouth and Product Quality by using SPSS 22 software application. This data analysis which is used is statistic analysis in the form of multiple linier regression test. The result of this research was indicated that both Word of Mouth and Product quality were significant influence on the Buy back readability.

Keywords: Word of Mouth, Product quality, Buy back readability.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth (WOM)* dan *Kualitas Produk* terhadap Minat Beli Ulang pada CV. Indonusa Makmur Sejati, dengan menggunakan pendekatan asosiatif kuasatif. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Word of Mouth* dan *Kualitas Produk* dengan variabel dependen adalah Minat Beli Ulang. Metode analisis data dengan metode uji regresi linier berganda menggunakan alat pengujian program SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang, dan *Kualitas Produk* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci: *Word of Mouth, Kualitas Produk dan Minat beli ulang.*



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli ulang Pada CV. Indonusa Makmur Sejati”*. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Hirdinis M, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis hantarkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsyah, Ak., MSi., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D selaku Ketua

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Muhamad SE, MM selaku Sekretaris Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Bekasi.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Seluruh Staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam segala administrasi.
6. Istri tercinta dan ketiga buah hati yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral maupun materil yang tiada henti – hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seangkatan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Bekasi, September 2017

Arpan Sirnay

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah penelitian.....	4
C. Tujuan dan kontribusi penelitian	5
1. Tujuan penelitian.....	5
2. Kontribusi penelitian	5
 BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Word of Mouth (WOM).....	7
2. Kualitas Produk (Produk Quality).....	12
3. Minat Beli Ulang	16
B. Penelitian terdahulu	20
C. Rerangka Konseptual	23
D. Pengembangan Hipotesis	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
B. Desain Penelitian	26
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	27
1. Definisi Variable	27
2. Operasionalisasi Variable.....	28
D. Skala Pengukuran.....	29
E. Populasi dan Sampel Penelitian	30
1. Populasi penelitian	30
2. Sampel penelitian	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Metode Analisis	33
1. Statistik Deskriptif.....	33
2. Uji Kualitas data.....	34
3. Uji Asumsi Klasik	36
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
5. Uji Ketetapan Model	40
a. Uji Koefisien (Determinasi R^2).....	40
b. Uji Signifikansi F (Anova).....	41
6. Uji Hipotesis.....	42
a. Uji Statistik t.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Tempat dan Waktu Penelitian	44
2. Karakteristik Profil Responden	45
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	46
C. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Hasil Uji Validitas	51
2. Hasil Uji Realibilitas	53

D. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Hasil Uji Normalitas.....	54
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
E. Analisa Regresi	57
F. Uji Kesesuaian Model.....	58
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	60
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	68


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR TABLE

No	Keterangan	Halaman
1.1	Persentase Tingkat Penjualan CV. Indonusa Makmur Sejati Periode 2016.....	4
2.1	Daftar Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Operasional Variable	27
4.1	Data Responden berdasarkan jenis usaha.....	45
4.2	Distribusi Jawaban Kuisisioner Word of Mouth (WOM).....	47
4.3	Distribusi Jawaban Kuisisioner Kualitas Produk.....	48
4.4	Distribusi Jawaban Kuisisioner Minat Beli Ulang.....	50
4.5	Hasil Uji Validitas Word of Mouth (WOM).....	51
4.6	Hasil Uji Validitas Word of Mouth (WOM).....	52
4.7	Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang	53
4.8	Hasil Uji Realibilitas.....	53
4.9	Hasil Uji Normalitas.....	54
4.10	Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.12	Uji Regresi Linier Berganda variable Word of Mouth, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	57
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi Word of Mouth (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	59

4.14	Uji Anova Pengaruh Word of Mouth (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	53
4.15	Hasil Uji t Word of Mouth (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	61
4.16	Hasil Uji t Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	61



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Tipe-Tipe Pembelian Berulang.....	18
2.2	Rerangkah Konseptual.....	23
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	45



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Koesioner.....	68
Lampiran 2	Hasil Koesioner Word of Mouth (WOM).....	72
Lampiran 3	Hasil Koesioner Kualitas Produk.....	75
Lampiran 4	Koesioner Minat Beli Ulang.....	78
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	81
Lampiran 6	Hasil Uji Realibilitas.....	83
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas	84
Lampiran 8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	85
Lampiran 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis.....	86
Lampiran 11	Hasil Uji t.....	87

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA