

ABSTRACT

Today's technological advances can encourage people's social life, so many businesses develop their own business to win the competition. The occurrence of making a purchase due to a factor of good quality so that consumers are not disappointed, attractive design, and marketing through e-wom greatly accelerate sales. The decision OF Coffee purchase Of Soul promise at City Of Tomorrow Surabaya is analyzed whether it is influenced by product quality, packaging design, and E-WOM. The population of this study is that all consumers with 120 samples were obtained from incidental sampling methods and data collection using the questionnaire. From the analysis can be concluded that the purchase decision has an influence on the free variables used in this study.

Keyword: *Product Quality, Packaging Design, E-WOM and Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Kemajuan teknologi saat ini dapat mendorong kehidupan sosial masyarakat, begitu banyak pelaku bisnis mengembangkan usahanya sendiri untuk memenangkan persaingan. Terjadinya melakukan pembelian disebabkan adanya faktor yaitu kualitas yang baik agar konsumen tidak kecewa, desain yang menarik, dan pemasaran melalui e-wom sangat mempercepat penjualan. Keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di City Of Tomorrow Surabaya dianalisa apakah dipengaruhi oleh kualitas produk, desain kemasan, dan E-WOM. Populasi dari studi ini yaitu seluruh konsumen dengan sampel 120 didapatkan dari metode insidental sampling dan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Dari analisis bisa disimpulkan bahwa keputusan pembelian memiliki pengaruh pada variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Kemasan, E- WOM dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di City of Tomorrow Mall Surabaya ”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. M. Subandowo, MS. Selaku rektor Universitas PGRI Adi Buna Surabaya
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta, SE.,M,M selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan, bimbingan dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan selama dibangku kuliah

6. Kepada Ibu Lily selaku perwakilan dari outlet kopi Janji Jiwa di City Of Tomorrow Mall Surabaya yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
7. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Romi Yudistira dan Ibu Iin Indahyati yang sudah memberikan motivasi dan dukungan serta doa restu kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Kristin Agustina selaku saudara saya, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada Bintang Bagus Firmansyah selaku orang spesial yang selalu membantu, menemani, dan memberikan semangat hingga skripsi ini terselesaikan.
10. Kepada Ocha, Nining, Muji, Arif, dan Wahyu selaku sahabat baik yang selalu membantu dan memberikan dukungan agar skripsi bisa terselesaikan tepat waktu.
11. Kepada semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas F angkatan 2016 yang selalu membantu dan memberikan dukungan selama 4 tahun ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 11 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Motto	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	viii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
Bab II	
TELAAH PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Pemasaran	14
2.2.2. Manajemen Pemasaran	15
2.2.3. Kualitas Produk	16
2.2.3. 1 Indikator Kualitas Produk	17
2.2.4. Desain Kemasan	18
2.2.4. 1 Faktor-Faktor Desain Kemasan	19

2.2.4. 2	Indikator Dasain Kemasan	21
2.2.5.	Electronic Word of Mouth (E-WOM)	22
2.2.5. 1	Indikator Electronic Word of Mouth	23
2.2.6.	Keputusan Pembelian	24
2.2.6. 1	Proses Keputusan Pembelian	25
2.2.6. 2	Indikator Keputusan Pembelian	27
2.2.7.	Hubungan Antar Variabel	28
2.2.7. 1	Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	28
2.2.7. 2	Hubungan Desain Kemasan dan Keputusan Pembelian	28
2.2.7. 3	Hubungan Electronic Word of Mouth dan Keputusan Pembelian	29
2.3.	Kerangka Konseptual	29
2.4.	Hipotesis	30
Bab III		
METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	34
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	35
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	37
3.4	Teknik Pengambilan Data	38
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data	38
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.3	Lokasi Penelitian	40
3.4.4	Waktu Penelitian	40
3.5	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	40

3.5.1	Variabel Penelitian	40
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	40
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian	42
3.6.1.1	Uji Validitas	42
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	43
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik	43
3.6.2.1	Uji Normalitas	43
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas	43
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.6.2.4	Uji Autokorelasi	44
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.6.4	Pengujian Hipotesis	45
Bab IV		
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Penyajian Data Penelitian	47
4.1.1	Sejarah dan Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2	Frekuensi Variabel	48
4.2.1	Kualitas Produk	48
4.2.2	Desain Kemasan	50
4.2.3	E-WOM	51
4.2.4	Keputusan Pembelian	52
4.3	Uji Instrumen	53
4.3.1	Uji Validitas	53
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.4	Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1	Uji Normalitas	56
4.4.2	Uji Multikolinearitas	57
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	58
4.4.4	Uji Autokorelasi	59
4.5	Regresi Linear Berganda	60

4.6 Uji Hipotesis	62
4.6.1 Uji t	62
4.6.2 Uji F	63
4.7 Pembahasan	63
Bab V	
SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	71
Daftar Pustaka	73
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1	Proses Keputusan Pembelian	25
2.2	Kerangka Konseptual	30
3.1	Rancangan Penelitian	34
4.1	Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR TABEL

Table Halaman

2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Yang Akan Datang	12
3.1	Skala <i>Likert</i>	39
4.1	Skala Penilaian	48
4.2	Frekuensi Variabel Kualitas Produk	49
4.3	Frekuensi Variabel Desain Kemasan	50
4.4	Frekuensi Variabel E-WOM	51
4.5	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	52
4.6	Uji Validitas	54
4.7	Uji Reliabilitas	56
4.8	Uji Normalitas	57
4.9	Uji Multikolinearitas	58
4.10	Uji Autokorelasi	60
4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
4.12	Uji t	62
4.13	Uji F	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Perijinan Penelitian
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Sidang Proposal
- Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi
- Lampiran 6 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 7 : Halaman Persetujuan
- Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi