

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT.NATURA NUSANTARA
ESSENTIALS WOLOMEZE, NGADA FLORES**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

YUSTINA ERMELINDA

2017410313

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2021

LEMBAR PERSETUJUAN


Nama : YUSTINA ERMELINDA
Nim : 2016410462
Judul : PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT.NATURA NUSANTARA ESSENTIALS WOLOMEZE, NGADA FLORES

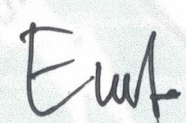
Ende, 15 Januari 2021

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr.Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN.0826097401


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores


Lambertus Latenga, SE.,M.Sc
NIDN. 0814109101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterim dan Disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 26 Januari 2022

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN. 0826037001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0826077101

Tim Penguji:

01 : Dr. Hyronimus Se, SE.,MM
NIDN : 0829097501

1.

02 : Maria Helena C. Dua Mea, SS.,MM
NIDN. 0831108301

2.

03 : Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN.0827067101

3.

04 : Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

4.

05 : Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN.0826097401

5.



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials Wolomeze, Ngada Flores Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 26 Januari 2022 adalah hasil karya saya.**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 26 Januari 2022
Yang Memberi Pernyataan



Yustina Ermelinda
2017410313

Motto

*Jangan Ingat Lelahnya Belajar
Tapi Ingat Buah Manisnya Yang Bisa Dipetik Kelak Ketika
Sukses.*

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa dan hati ikhlas skripsi ini saya persembahkan untuk :

- 1 Dia sang pencipta yang memberi hidup serta mendampingi dalam proses perjuangan dan penyertaan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
- 2 Kedua orang tua saya, bapak Olimpius Talo, mama Martina Marni, yang dengan penuh kasih sayang, pengorbanan dan memberikan motivasi demi keberhasilan saya.
- 3 Yang tercinta abang saya Siprianus Amekae, abang Bernadinus Nardi, dan kakak Alusia Nona Eldis yang selalu mendukung dan menanti keberhasilan saya.
- 4 Bapak Dr.Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc dan ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku pembimbing I dan pembimbing II yang dengan bijaksana memberikan bimbingan dan pemikiran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5 Yang tersayang sahabat seperjuangan Benediktus Bhangu, Maria Goreti Nari, Maria Angelina Tiga, dan Anjelina Yualianti Tena yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6 Teman – teman angkatan 2017 fakultas ekonomi.
- 7 Almamater saya tercinta Universitas Flores Ende.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat tuhan yang maha esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini dengan judul, **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores)”**.

Tulisan ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pada fakultas ekonomi universitas flores. Dalam merampungkan tulisan ini penulis menyadari bahwa bentuk dan isi tulisan ini masih jauh sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan penulisan selanjutnya.

Dalam menyusun tulisan ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

- 1 Bapak Rektor Universitas Flores
- 2 Dekan, Wakil Dekan, Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen, Staf Dosen, Pengawai Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
- 3 Bapak Dr.Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc dan ibu Maria Endang Jamu, SE., MM sebagai dosen pembimbing satu dan dua yang dengan rela membimbing dan membantu penulis untuk menyelesaikan tulisan ini.
- 4 Bapak Pemimpin PT. Natura Nusantara Essentials Ngada Flores serta semua karyawan yang telah bersedia menerima dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
- 5 Semua pihak dan para penjas yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu - persatu yang dengan caranya masing - masing telah membantu, memotivasi dan memperlancar seluruh proses pendidikan penulis selama berada di Universitas Flores.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini belum mencapai kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan kesempurnaan tulisan ini.

Ende, Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Yustina Ermelinda. Nim: 2017 410 313. Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores.

Dosen Pembimbing I: Dr.Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc. Pembimbing II : Maria Endang Jamu, SE.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores. (3) Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang konsumen PT.Natura Nusantara Essentials Ngada. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Ada pengaruh parsial dan signifikan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada PT.Natural Nusantara Essentials Ngada Flores),dengan nilai beta (β) sebesar 0,584 (2) Ada pengaruh parsial dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores),dengan nilai beta (β) sebesar 0,758 (3) Ada pengaruh parsial dan signifikan merek terhadap keputusan pembelian produk (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores),dengan nilai beta (β) sebesar 0,569.

Kata kunci: *Word Of Mouth, Kualitas Produk, Merek, Keputusan Pembelian.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
.....
2.1.1. <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.1.1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.1.2. Indikator <i>Word of Mouth</i>	15
.....
2.1.1.3. Unsur dari <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.1.4. Hubungan <i>Word of Mouth</i> (WOM) dengan Keputusan Pembelian	16
2.1.2. Merek.....	18

2.1.2.1. Pengertian Merek	18
2.1.2.2. Indikator Merek	19
2.1.2.3. Makna Merek	19
2.1.3. Kualitas Produk.....	21
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.3.2. Dimensi kualitas produk	22
2.1.3.3. Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.4. Keputusan Pembelian	23
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.2. Tipe-tipe perilaku keputusan pembelian.....	24
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	26
2.3 Hipotesis	23
2.3.1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials	23
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials	29
2.3.3. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT.Natura Nusantara Essentials.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1. Populasi	32

3.2.2.	Sampel	33
3.4	Variabel Penelitian	34
3.5	Definisi Operasional Variabel	35
3.6	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1	Sumber Data	37
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.7	Pengukuran Instrumen Penelitian	38
3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Realibilitas	38
3.8	Uji Asumsi Klasik	39
3.9	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	Gambaran Umum Tempat Penelitian	43
4.1.1.	Sejarah Berdirinya PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores	43
4.1.2.	Visi dan Misi PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores	43
4.1.2.1	Visi PT.Natura Nusantara Essentials	43
4.1.2.2	Misi PT.Natura Nusantara Essentials	44
4.1.3.	Profil Responden	44
4.1.3.1.	Deskripsi Responden	44
4.2.	Uji Instrument Penelitian	49
4.2.1.	Uji Validitas	49
4.2.2.	Uji Reliabilitas	51
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	52
4.2.3.1.	Uji Linieritas	52
4.2.3.2.	Uji Heteroskedastisitas	53

4.2.3.3.	Uji Normalitas	53
4.2.3.4.	Uji Autokorelasi	53
4.3.	Uji Hipotesis	54
4.3.1.	Hipotesis Pertama	54
4.3.2.	Hipotesis Kedua	56
	
4.3.3.	Hipotesis Ketiga	58
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.4.1.	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).....	60
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).....	63
4.4.3.	Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada PT.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	65
	BAB V PENUTUP.....	67
5.1.	Kesimpulan	67
5.2.	Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk-Produk Merek Kekaya Tahun 2019-2020	2
Tabel 1.2 Data Produk Minyak.....	5
Tabel 1.3 Data Produk Sabun Mandi	6
Tabel 1.4 Data Produk Minyak Essentials	8
Tabel 1.5 Data Harga Produk Pesaing	10
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	47
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli	48
Tabel 4.5 Uji Validitas Dan Realibilitas	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 4.7 Uji Heterokedastisitas	53
Tabel 4.8 Uji Normalitas Data.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Test Durbin-Watson.....	54
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	55
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	56

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	57
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	58
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores) ..	59
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pt.Natura Nusantara Essentials Ngada Flores).	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka berfikir.....	31
Gambar 4.1. Digram Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.2 Digram Data Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Gambar 4.3. Digram Responden Berdasarkan Pengeluaran	47
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli.....	48