

**PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CHEMANY.STORE**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nizam Danu Saputra

19.92.0132

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CHEMANY.STORE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi & Sosial Universitas
Amikom Yogyakarta



Disusun oleh:

Nizam Danu Saputra
19.92.0132

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CHEMANY.STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nizam Danu Saputra

19.92.0132

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Dosen Pembimbing



Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si

NIK. 190302303

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CHEMANY.STORE

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nizam Danu Saputra
19.92.0132

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tanti Prita Hapsari, SE, M. Si

NIK. 190302303

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM

NIK. 190302308

Lakmindra Saptyawati, SE, MBA

NIK. 190302334

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta,



Nizam Danu Saputra

NIM. 19.92.0132

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CHEMANY.STORE”

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

- 1) Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, melindungi, serta memberikan kelancaran selama pelaksanaan perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- 2) Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
- 3) Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
- 4) Ibu Suyatmi, S.E., M.M (Kaprosdi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta).
- 5) Ibu Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si selaku dosen wali dan dosen

pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing saya dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi.

- 6) Kedua orang tua yang selalu mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat kepada saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
- 7) Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
- 8) Diri sendiri yang telah bertahan ditengah banyaknya masalah lain yang datang hingga skripsi ini selesai.
- 9) Segala pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih yang sudah memberikan semangat, sudah mendoakan, memotivasi bahkan membantu saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Penulis menyadari penuh bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta 2023

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CHEMANY.STORE”

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

- 1) Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan penulis kesehatan, kemudahan, dan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini
- 2) Kedua orang tua penulis, Ibu dan Bapak tercinta, yang selalu menjadi sumber semangat dan motivasi untuk terus belajar, juga kakak dan adik-adik penulis yang selalu menyemangati dan menemani penulis dalam mengerjakan skripsi. Skripsi ini semoga bisa menjadi salah satu hasil dari kerja keras Ibu dan Bapak dalam membesarkan dan mendidik penulis hingga saat ini
- 3) Fakultas Ekonomi dan Sosial serta almamater Kewirausahaan Amikom Yogyakarta.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teoritis dan/Konseptual	11
2.1.1 E-WOM	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	14

2.1.3 Ekuitas Merek	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3 Sumber Data	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Teknik Sampling	39
3.6 Variabel Penelitian	40
3.6.1 Variabel Independen	40
3.6.2 Variabel Dependen (Keputusan Pembelian).....	40
3.7 Definisi Operasional Variabel	41
3.8 Teknik Pengujian Instrumen.....	43
3.8.1 Uji Validitas	43
3.8.2 Uji Reliabilitas	44
3.9 Metode Analisis Data	44
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	44
3.9.2 Analisis Regresi Berganda.....	44
3.10 Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Deskriptif Penelitian	47

4.2 Uji Kuesioner	49
4.2.1 Uji Validitas	49
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Hasil Analisis Regresi Berganda	57
4.4 Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi	63
5.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69



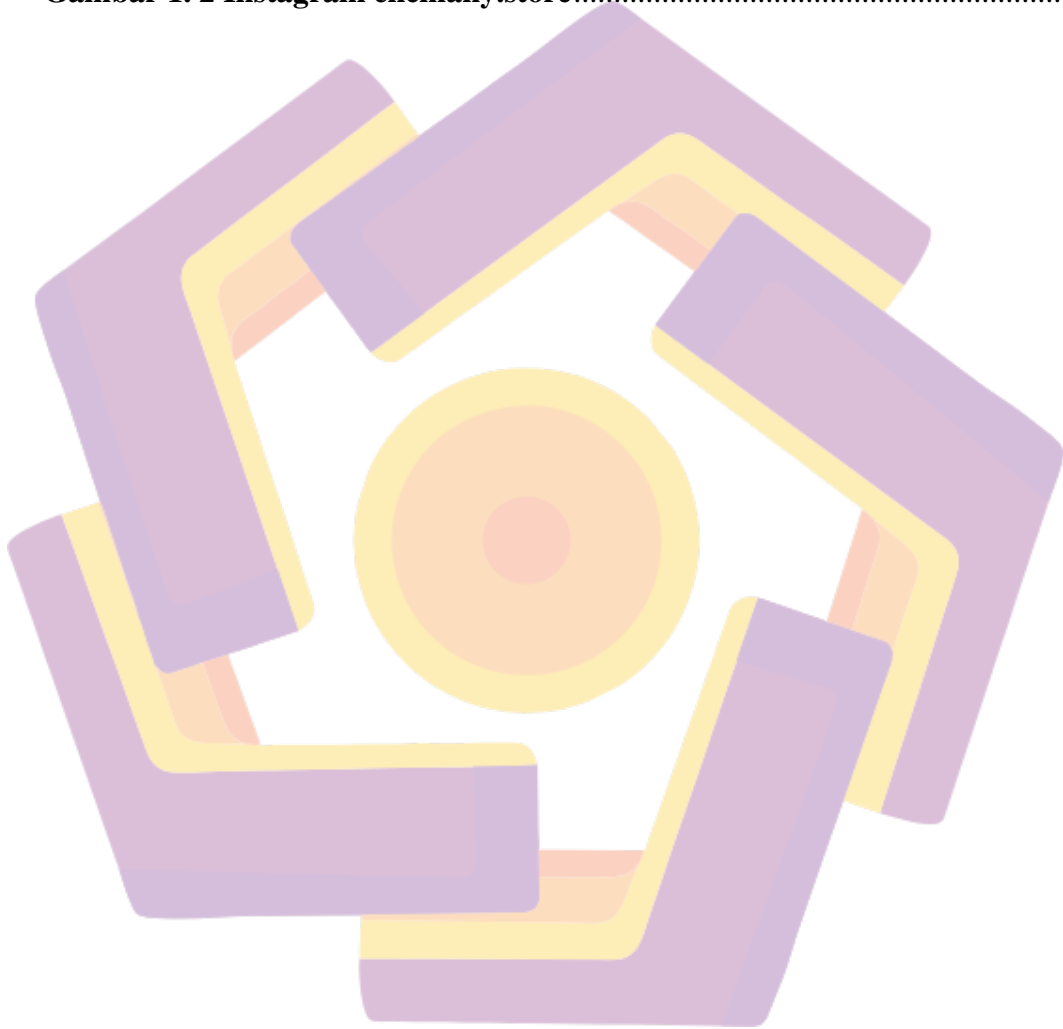
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Database Penjualan chmenay.store dalam triwulan Tahun 2021-2022.....	7
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	48
Tabel 4. 2 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel E-WOM.....	49
Tabel 4. 3 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4. 4 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Ekuitas Merek	51
Tabel 4. 5 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 6 Uji Validitas Sampel Besar Variabel E-WOM	52
Tabel 4. 7 Uji Validitas Sampel Besar Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 8 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Ekuitas Merek	54
Tabel 4. 9 Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	55
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	57

DAFTAR GAMBAR

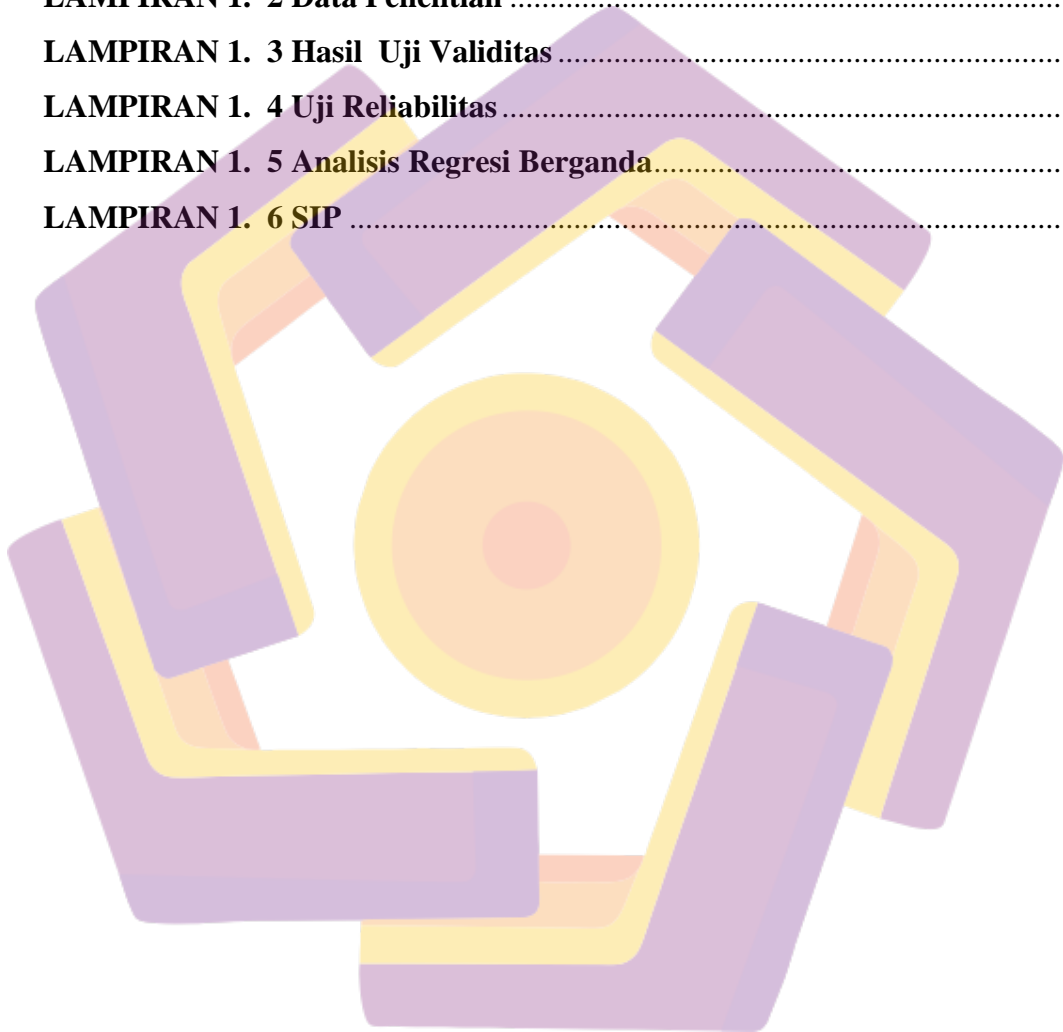
Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Januari 2023..... 2

Gambar 1. 2 Instagram chemany.store..... 6



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. 1 Kuesioner Penelitian	69
LAMPIRAN 1. 2 Data Penelitian	74
LAMPIRAN 1. 3 Hasil Uji Validitas	82
LAMPIRAN 1. 4 Uji Reliabilitas	85
LAMPIRAN 1. 5 Analisis Regresi Berganda	88
LAMPIRAN 1. 6 SIP	89

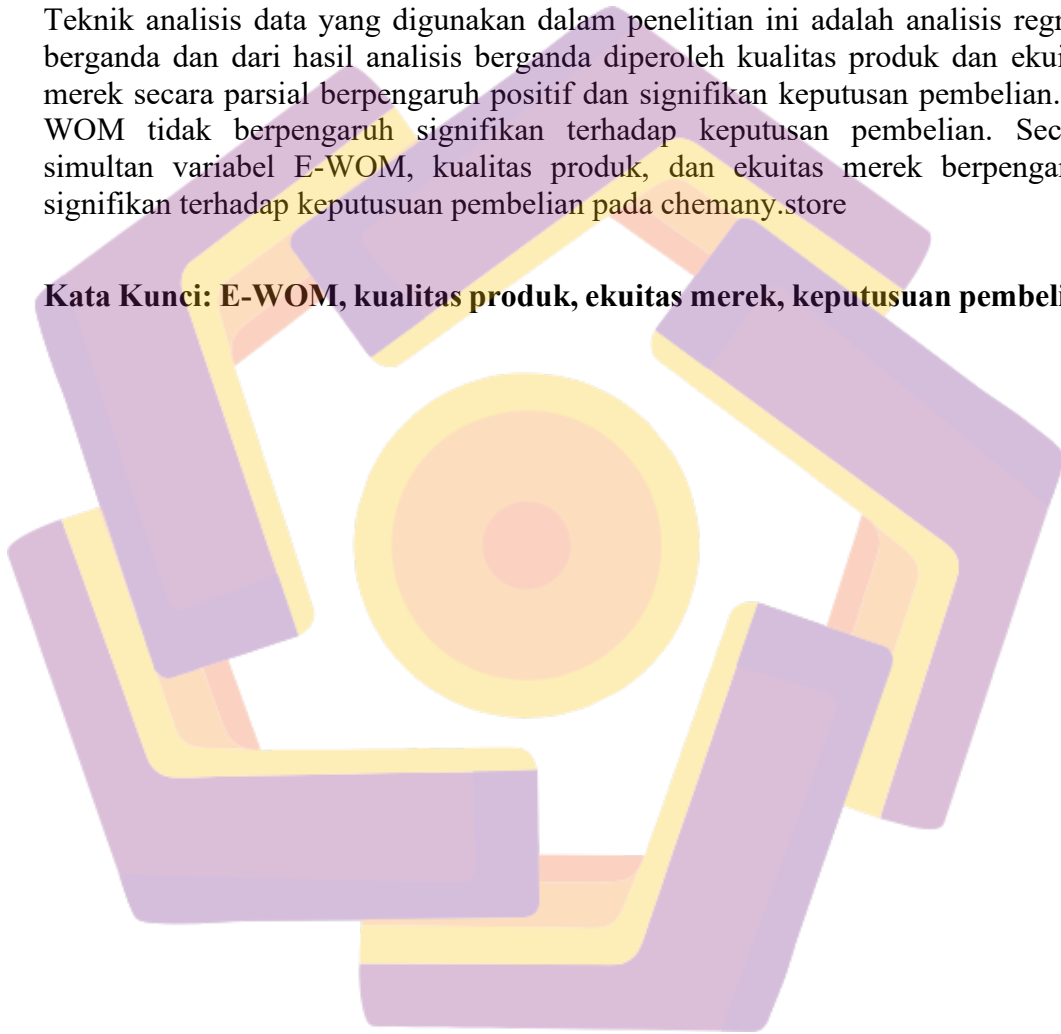


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-WOM, kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pada chemany.store. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu pengikut akun chemany.store dan pernah membeli produk chemany.store karena melihat e-WOM ataupun Instagram dari chemany.store sehingga diperoleh 129 responden dalam penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan dari hasil analisis berganda diperoleh kualitas produk dan ekuitas merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. E-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel E-WOM, kualitas produk, dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada chemany.store

Kata Kunci: E-WOM, kualitas produk, ekuitas merek, keputusan pembelian



ABSTRACT

his study aims to analyze the effect of E-WOM, product quality, and brand equity on purchasing decisions at chemany.store. The data collection method in this study was purposive sampling, namely followers of the chemany.store account and had purchased chemany.store products because they saw e-WOM or Instagram from chemany.store so that 129 respondents were obtained in this study.

The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis and the results of the multiple analysis show that product quality and brand equity partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. E-WOM has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously the variables E-WOM, product quality, and brand equity have a significant effect on purchasing decisions at chemany.store

Keywords: E-WOM, product quality, brand equity, purchasing decisions

