

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA
UPN VETERAN JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

Lutfi Nur Rizki

20012010083/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN PERCEIVED
QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA
UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

LUTFI NUR RIZKI
20012019083 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 19 Juli 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Widi Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196901132021212003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lutfi Nur Rizki

NPM : 20012010083

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI* PADA MAHASISWA UPN VETERAN JAWA TIMUR

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



Lutfi Nur Rizki

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan anugerah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul " Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa Upn Veteran Jawa Timur" disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Perceived Quality* dalam konteks pengambilan keputusan pembelian mahasiswa. Penulis berharap bahwa temuan penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan.

Tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulis ingin mengungkapkan penghargaan yang paling mendalam kepada semua orang yang telah membantu dengan cara apapun. Penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Pro. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Wiwik Handayani. S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Ibu Dra.Ec. Siti Aminah, M.M., selaku dosen pembimbing yang membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Memberikan saran dan solusi untuk memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Mama, serta kakak selaku orang tua penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat, serta doa baik kepada penulis. Sekaligus sebagai hadiah pembuktian penulis terhadap keluarga inti, atas keberhasilan mendidik dan perjuangan untuk penulis bisa mendapatkan gelar sarjana.
6. Saudara Cavin, Diki, Faiz, Nabil, Syahrul, Sanjaya, Verrol, Yogi, dan Zaki. Kerabat dan saudara penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.
7. Saudari Estetia, Fiana, Nadhifa, Valensiana, dan Vannesa J. Kerabat dan saudara penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.

Atas dukungan dari semua pihak, akhirnya proposal skripsi penulis dapat diselesaikan. Karya Tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun agar dapat diperbaiki di masa mendatang. Sekali lagi penulis

ucapkan terima kasih. Akhir kata penulis, semoga karya tulis ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 01 Mei 2024

Peneliti
Lutfi Nur Rizki

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
A. Bagi Akademik	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Manajemen Pemasaran</i>	18
2.2.2 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	20
2.2.3 <i>Perceived Quality</i>	23
2.2.4 <i>Keputusan Pembelian</i>	25
2.3 Hubungan Keterkaitan Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4 Kerangka Konseptual	31
2.5 Hipotesis	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	33
3.2 Skala Pengukuran	37
3.3 Populasi dan Sampel	39

3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	40
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	45
3.7.1 Teknik Analisis.....	45
3.7.2 Uji Hipotesis	49
3.8 Model Pengukuran Penelitian	50
IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Perusahaan	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.3 Logo Perusahaan.....	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Penelitian	53
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	54
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	55
4.2.2.1 Deskripsi variabel E-WOM (X1).....	55
4.2.2.2 Deskripsi variable Perceived Quality (X2).....	57
4.2.2.3 Deskripsi variable Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.3. Analisis Data.....	62
4.3.1 Hasil Interpretasi PLS.....	62
4.3.3.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	62
4.3.3.2 Gambar Outer Model	67
4.3.3.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural.....	67
4.3.3.4 Pengujian Hipotesis	69
4.4 Pembahasan.....	71

4.4.1 Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.4.2 Pengaruh Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	76
Daftar Pustaka.....	78
Lampiran Kuesioner	80
<i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	91
<i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	91
<i>Latent Variable Correlations</i>	92
<i>Cross Loading</i>	93
<i>Average variance extracted (AVE)</i>	93
<i>Composite Reliability</i>	93

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Permasalahan Xiaomi.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Xiaomi	52
Gambar 4. 2 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R-.....	67
Gambar 4. 3 Inner Model dengan nilai koefisien dan P-Value (output Bootstraping).....	70

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Penjualan Smartphone Xiaomi di Indonesia 2021-2023	4
Tabel 1. 2 Data Unit Terjual Smartphone Xiaomi di Indonesia 2021-2023.....	5
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	54
Tabel 4. 3 Deskripsi variabel <i>E-WOM</i>	55
Tabel 4. 4 Deskripsi variable <i>Perceived Quality</i> (X2)	57
Tabel 4. 5 Deskripsi variable Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	62
Tabel 4. 7 Cross Loading	64
Tabel 4. 8 Average variance extracted (AVE)	64
Tabel 4. 9 Composite Reliability.....	65
Tabel 4. 10 Latent Variable Correlation	66
Tabel 4. 11 R-square.....	68
Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	69

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA
UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Oleh:

LUTFI NUR RIZKI
20012010083/FEB/EM

Abstraksi

Perkembangan era modern dan pengaruh globalisasi masa kini telah menjadikan komunikasi sebagai suatu aspek yang sangat penting bagi semua segmen masyarakat. Teknik pemasaran yang efektif seperti e-wom dan Perceived quality diperlukan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan smartphone Xiaomi sebagai objek penelitian di kalangan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur untuk mengetahui pengaruh E-WOM dan Perceived Quality terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur yang memiliki ponsel Xiaomi. Sampelnya adalah 100 responden pengguna smartphone Xiaomi dan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Setiap pengujian yang dilakukan dengan program SmartPLS .

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Dan *Perceived Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Indah Sari dan Tri Rinawati (2022 yang juga mengidentifikasi bahwa *Electronic word of mouth (E-WOM)* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu dalam penelitian Febri Adi Purba dan Ika Susilowati (2022,) yang juga mengidentifikasi bahwa *Perceived Quality* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Keputusan pembelian, Perceived Quality