

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

PRODUK CAPTAIN HAIR POWDER

(Studi Pada Remaja di Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

Moh. Iqbal Prasetyo Ritonga

NPM. 22042010320

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK CAPTAIN HAIR POWDER**

(Studi Pada Remaja di Kota Surabaya)

Disusun Oleh:

Moh. Iqbal Prasetyo Ritonga
NPM. 22042010320

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK CAPTAIN HAIR PRODUK
(Studi Pada Remaja di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh:

Moh. Iqbal Prasetyo Ritonga
NPM. 22042010320

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada tanggal 31 Agustus 2026

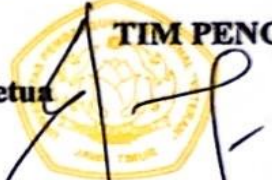
Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI

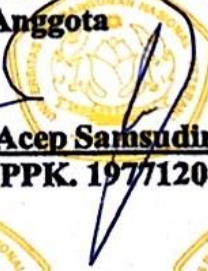
1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIPPPK. 197712042025211022


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Iqbal Prasetyo Ritonga

NPM : 22042010320

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ~~Tesis/ Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar Pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiasi Skripsi ~~Tesis/ Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



Moh. Iqbal Prasetyo Ritonga
NPM. 22042010320

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Remaja di Kota Surabaya)”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Abang dan Kakak yang sangat berjasa dalam hidup penulis, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca, sekaligus menjadi pengalaman dan pembelajaran yang berharga bagi penulis.

Surabaya. 18 Juni 2026

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran	13

2.2.1.1 Definisi Pemasaran.....	13
2.2.1.2 Strategi Pemasaran.....	14
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	15
2.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2.2.1 Definisi Electronic Word of Mouth	16
2.2.2.2 Indikator Electronic Word of Mouth.....	17
2.2.3 Kualitas Produk.....	19
2.2.3.1 Definisi Kualitas Produk	19
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk	20
2.2.4 Persepsi Harga.....	21
2.2.4.1 Definisi Persepsi Harga.....	21
2.2.4.2 Indikator Persepsi Harga	22
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	24
2.2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	24
2.2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3 Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	29

2.3.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4 Kerangka Berpikir	31
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.2.1 Definisi Operasional.....	34
3.2.2 Pengukuran Variabel	41
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	45
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	48
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	49

3.6.1 Uji Normalitas	49
3.6.2 Uji Multikolinieritas	49
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.7 Analisis Regresi Berganda	51
3.8 Uji Hipotesis	51
3.8.1 Uji F (Simultan)	52
3.8.2 Uji t (Parsial)	53
3.9 Waktu Penelitian	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Perusahaan	56
4.1.2 Produk Captain Hair Powder	58
4.1.3 Logo Produk	59
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	61
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Electronic Word of Mouth (X1)	63

4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	64
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3)	65
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	67
4.3.1 Uji Validitas	67
4.3.2 Uji Reliabilitas	69
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.3.1 Uji Normalitas	71
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	72
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	74
4.3.5 Uji Hipotesis	76
4.3.5.1 Uji F	76
4.3.5.2 Uji t	77
4.4 Pembahasan	79
4.4.1 Pengaruh Secara Simultan <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1), Kualitas Produk (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	80
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	83
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	85

4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	86
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Captain Hair Powder 1	59
Gambar 4.2 Diagram Scatterplot.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3.2 Jadwal Melaksanakan Penelitian	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Wilayah	62
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	63
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.13 Hasil Uji F	77
Tabel 4.14 Hasil Uji t	78
Tabel 4.15 Matriks Hasil Penelitian	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	101
Lampiran 2: Data Responden.....	106
Lampiran 3: Tabulasi Data Penelitian.....	111
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas	127
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas	129
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 7: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	131
Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis	132
Lampiran 9: SISANTIK PLAGIASI.....	133
Lampiran 10: LoA.....	134

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Electronic Word of Mouth, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Captain Hair Powder pada remaja di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth, kualitas produk, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, Electronic Word of Mouth dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Electronic Word of Mouth, product quality, and price perception on the purchase decision of Captain Hair Powder among teenagers in Surabaya. This study employed a quantitative approach involving 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis, the F-test, and the t-test. The results showed that Electronic Word of Mouth, product quality, and price perception simultaneously had a significant effect on purchase decisions. Partially, Electronic Word of Mouth and product quality had a positive and significant effect on purchase decisions, while price perception did not have a significant effect on purchase decisions.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Product Quality, Price Perception, Purchase Decision.