

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KARPET MOBIL PADA TOKO *CJ ACCESSORIES* DI
BSD *AUTOPART***

SKRIPSI



Ditulis Oleh

HENDRAWAN SUNATAJAYA
NIM. 211010500816

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAMULANG
TANGERANG SELATAN
2025**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KARPET MOBIL PADA TOKO *CJ ACCESSORIES* DI
BSD *AUTOPART***

SKRIPSI



Ditulis Oleh

HENDRAWAN SUNATAJAYA
NIM. 211010500816

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAMULANG
TANGERANG SELATAN
2025**

MOTTO

In The Name Of Jesus Christ

“Direndahkan di mata manusia, ditinggikan di mata Tuhan. Jangan takut!”

(Hendrawansj)

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

(Amsal 23:18)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda,
sekiranya merasa gagal dalam mencapainya, jangan khawatir, mimpi-mimpi
lain bisa diciptakan”

(Windah Basudara)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan
kepadaku.”

(Filipi 4:13)

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KARPET
MOBIL PADA TOKO *CJ ACCESSORIES* DI *BSD AUTOPART***

Oleh

HENDRAWAN SUNATAJAYA

NIM. 211010500816

Skripsi telah disetujui untuk diajukan kepada majelis penguji skripsi, Program Studi
Manajemen program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, pada
tanggal 5 Juli 2025

Menyetujui
Pembimbing Skripsi



Veta Lidya Delimah Pasaribu, S.E., M.M.
NIDN. 0408078703

Mengetahui
a.n Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana
Wakil Ketua



Dr. M. Anah Furyanah, S.E., M.M.
NIDN. 0412018301

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KARPET MOBIL PADA TOKO *CJ ACCESSORIES* DI BSD
*AUTOPART***

Oleh

HENDRAWAN SUNATAJAYA
NIM. 211010500816

Skripsi telah dipertahankan di majelis penguji skripsi, Program Studi Manajemen
program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang pada tanggal 30
Juli 2025 dan dinyatakan LULUS

Pembimbing Skripsi



Veta Lidya Delimah Pasaribu, S.E., M.M.

NIDN. 0408078703

Menyetujui

Penguji I,



Dr. Putri Nilam Kencana S.E., M.M

NIDN. 0422018902

Penguji II,



Triyadi S.E., M.M

NIDN. 0403077101

Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana



Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA.,

NIDN. 0003047701

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendrawan SunataJaya
NIM : 211010500816
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karpet Mobil Pada
Toko *Cj Accessories* Di *Bsd Autopart*

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Skripsi ini ditulis dengan penuh tanggung jawab dan benar-benar hasil penelitian pribadi.
2. Skripsi ini bukan hasil plagiat dan atau menyalin dari skripsi orang lain.
3. Setiap kutipan, saduran dan atau pernyataan yang terdapat di dalam Skripsi ini, merupakan rujukan yang disebutkan jelas sumbernya dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Apabila di kemudian hari, terbukti ada pelanggaran mengenai keaslian Skripsi ini, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Pamulang, 10 Juli 2025



Hendrawan Sunatajaya

NIM. 211010500816

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hendrawan Sunatajaya
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 31 Maret 2003
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Kristen
Kebangsaan : Indonesia
Status : Belum Kawin
Alamat : Kp. Curug Rt.001/007, Desa Curug,
Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten
Bogor
Telepon : 08989528261
Email : hendrawansunatajaya@gmail.com
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 03 Rawa Kalong
2. SMPN 3 Gunung Sindur
3. SMK Waskito



Demikianlah Daftar Riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya,

Pamulang, 8 Juli 2025

Hndrawan Sunatajaya

NIM. 211010500816

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yesus. Dengan penuh cinta, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga tercinta, Ayah Sunjaya, Ibu Penih dan Adik Felia Kristiana Sunjaya pahlawan sejati dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, peluh yang tak terlihat, perjuangan, dan kasih sayang yang tak terhingga. Di saat penulis hampir menyerah, Ayah, Ibu dan Adik selalu hadir dengan sabar, dan memeluk dengan nasihat, Segala capaian ini tidak akan pernah ada tanpa cinta, air mata, dan pengorbanan kalian yang luar biasa. Kalian adalah alasan utama penulis terus berdiri dan melangkah.
2. Kekasih hati, Sheren Lauwdicia Bastari, terima kasih atas segala bentuk usaha dan kesabaranmu. Terima kasih sudah menemani, mendampingi ke mana pun penulis harus berjuang, menjadi tempat berkeluh kesah, dan tak henti memberi semangat. Semua itu berarti besar dalam proses ini.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan: Jian, Karin, Herliyani, Rehan, Ilham, dan Nawin, terima kasih karena telah menghiasi perjalanan kuliah ini dengan tawa, semangat, dan kebersamaan. Kalian bukan hanya teman, tapi keluarga dalam perjuangan empat tahun ini.

Skripsi ini adalah bentuk nyata dari perjuangan, kesedihan, kegembiraan, cinta, dan doa.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian karpet mobil pada Toko CJ *Accessories* di BSD *Autopart*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 93 responden yang merupakan konsumen toko tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Electronic Word Of Mouth (X1) maupun kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Dengan nilai hitung $3.787 > t \text{ table } 1.986$ dan nilai signifikansi $0,000 < \text{dari } 0,05$. Variabel Kualitas produk (X2) juga berpengaruh signifikan, ditunjukkan dengan t hitung $4.360 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel independen ini juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan menghasilkan nilai F hitung sebesar $81.424 > F \text{ tabel } 3.10$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Faktor kualitas produk ditemukan lebih dominan memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan E-WOM. Temuan ini menegaskan pentingnya menjaga kualitas produk yang konsisten, inovatif, serta aktif memanfaatkan ulasan positif konsumen di media sosial untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Toko CJ *Accessories* lebih fokus memperkuat kualitas produk dan memaksimalkan strategi promosi digital melalui platform seperti TikTok, agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen serta mencapai target penjualan yang lebih stabil di masa mendatang.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of electronic word of mouth (E-WOM) and product quality on car mat purchasing decisions at CJ Accessories store in BSD Autopart. The research employed a quantitative associative method, collecting data through questionnaires distributed to 93 respondents who are customers of the store. The results indicate that both E-WOM and product quality partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. With a calculated value of $3,787 > t \text{ table } 1,986$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The product quality variable (X_2) also has a significant effect, indicated by a calculated t of $4,360 > 1,984$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, these two independent variables also have a significant effect on consumer purchasing decisions, producing a calculated F value of $81,424 > F \text{ table } 3.10$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, these two independent variables also significantly influence consumers' purchasing decisions. Among them, product quality is found to be the most dominant factor affecting purchasing decisions compared to E-WOM. This finding highlights the importance of consistently maintaining product quality, offering innovative designs, and actively leveraging positive consumer reviews on social media to boost consumer trust and purchase intention. Based on the results, it is recommended that CJ Accessories focuses more on strengthening product quality and maximizing digital promotion strategies through platforms such as TikTok, in order to enhance customer satisfaction and achieve more stable sales targets in the future.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan perkenannya peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KARPET MOBIL PADA TOKO *CJ ACCESSORIES* DI BSD *AUTOPART*”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir Program Studi Manajemen di Universitas Pamulang.

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki, peneliti menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan bisa terwujud berkat bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Pranoto, S.E., M.M., selaku Ketua Yayasan Sasmita Jaya.
2. Bapak Dr. E. Nurzaman, A.M., M.M., M.Si., selaku Rektor Universitas Pamulang.
3. Bapak Dr. H. Endang Ruhiyat, S.E., M.M., CSRA., CMA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pamulang.
4. Ibu Effriyanti, S.E., A.kt., M.Si., CA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pamulang.
5. Ibu Dr. Anah Furryanah, S.E., M.M., selaku wakil ketua Program Studi Manajemen Universitas Pamulang.
6. Bapak Iman Syatoto, S.E., M.M., selaku Kepala Bagian Administrasi Program Studi Manajemen Universitas Pamulang.
7. Ibu Veta Lidya Delimah Pasaribu, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi.
8. Dosen penguji I Bapak Triyadi, S.E., M.M dan penguji II Ibu Dr. Putri Nilam Kencana, S.E., M.M

9. Bapak dan Ibu Dosen yang tidak bisa peneliti disebutkan satu persatu yang telah berdedikasi memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
10. Bapak dan Ibu Staf dan Biro Akademik serta Staf Perpustakaan yang telah melayani dengan tulus untuk membantu dan memperlancar peneliti dalam upaya menyelesaikan pendidikan di Universitas Pamulang.
11. Manajemen dan karyawan CJ Accessories yang telah memberikan waktu dan membantu dalam memperoleh data yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Ayah dan Ibu yang sudah bersabar mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi.
13. Kepada pemilik NIM 211010500815 dan teman yang selalu ada untuk memberi waktu dalam diskusi-diskusi.

Inspirasi dan doa kalian memberikan semangat lebih untuk penulis. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti menerima dengan senang hati kritik dan saran dan yang diberikan. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih dan semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang sebaik-baiknya untuk semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Pamulang, 1 September 2024

HENDRAWAN SUNATAJAYA

NIM.211010500816

DAFTAR ISI

MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.1.4 Kualitas Produk.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Berpikir.....	35
2.4 Pengembangan Hipotesis	36

BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.3 Operasional Variabel Penelitian	39
3.3.1 Variabel Independen atau Bebas (X1 dan X2).....	39
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi Penelitian	41
3.4.2 Sampel Penelitian.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Data primer.....	43
3.5.2 Data sekunder.....	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Statistik Deskriptif	46
3.6.2 Uji Instrumen	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4 Uji Regresi	55
3.6.5 Uji Analisis Koefisien Korelasi (r).....	57
3.6.6 Uji Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	59
3.6.7 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Cj Accessories.....	63
4.1.2 Visi & Misi Toko Cj Accessories	63
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Cj Accessories.....	64
4.2 Deskriptif Responden.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	71
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.3.1 Hasil Uji Validitas	83
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90

4.4.4 Uji Autokorelasi	92
4.5 Uji Regresi	94
4.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	94
4.5.3 Uji Koefisien Korelasi (r).....	97
4.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	100
4.6 Uji Hipotesis	102
4.6.1 Hasil Uji t (Parsial).....	102
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan).....	104
4.7 Pembahasan Penelitian.....	105
4.7.1 Pengaruh Electronic Word Of Mouth (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105
4.7.3 Pengaruh Electronic Word Of Mouth (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	106
BAB V.....	108
PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.3 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	115
TABULASI DATA RESPONDEN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko CJ Accessories Tahun 2021-2023.....	2
Tabel 1.2 Data Konsumen Toko CJ Accessories Tahun 2021 – 2023.....	3
Tabel 1.4 Keluhan Mengenai Kualitas Produk Toko CJ Accessories.....	7
Tabel 1.5 Perbandingan Keluhan Kualitas Produk.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Jadwal Rencana Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Oprasional Penelitian.....	42
Tabel 3.3 Skala Likert.....	45
Tabel 3.4 Tafsiran Nilai Rata – Rata.....	48
Tabel 3.5 Pedoman Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson.....	54
Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi koefisien Korelasi.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	70
Tabel 4.5 Tabel Interval Jawaban Responden.....	71
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	88

4.11 Hasil Uji Normalitas.....	89
4.12 Hasil Uji Multikolinertitas.....	91
4.13 Pedoman Interpretasi Uji Durbin Waston.....	93
4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	93
4.15 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
4.16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	96
4.18 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	98
4.19 Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
4.20 Hasil Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
4.21 Hasil Koefisien Korelasi Variabel Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	100
4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Electronic Word Of Mouth Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	101
4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	101
4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	102
4.25 Hasil Uji T (Parsial).....	103
4.26 Hasil Uji F (Simultan).....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh E-WOM positif & NEGATIF di Tiktok mengenai CJ Accessories.....	6
Gambar 1.1 Contoh E-WOM positif & Negatif di Tiktok mengenai CJ Accessories.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	5
Gambar 4.1 Uji Normalitas P- Plot.....	90

