

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUNRISE
OUTLET SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Ketut Rista Meliani
NIM 2117041196**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

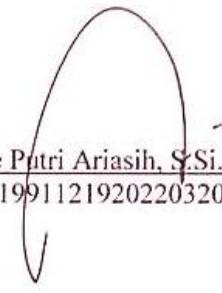
2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui,

Pembimbing I,

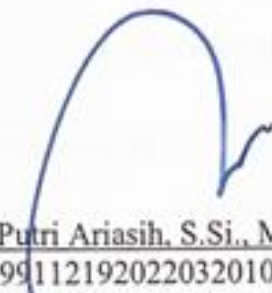

Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

Pembimbing II,


Dr. Komang Krishna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Skripsi oleh Ketut Rista Meliani ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Juni 2025

Dewan Penguji,



Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

(Ketua)



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309112015041001

(Anggota)



Rahutama Atidira, M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Juni 2025

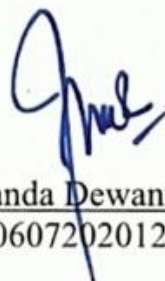
Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof.Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja” beserta seluruh isinya merupakan benar-benar karya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 25 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

Ketut Rista Meliani

2117041196

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi segala bentuk permasalahan dan hambatan-hambatan yang ditemui dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. Selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. Selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
6. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh rasa tanggung jawab memberikan arahan, membimbing, serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
7. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Staf dosen di Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

9. Orang teristimewa, selaku orang tua penulis Made Budiasa dan Cening Supini. Serta kakak Luh Sri Hartini, Kadek Yuli Astini, Komang Bayu Swastika, Luh Devi Rusmayanthi, serta seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih untuk seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang sudah banyak memberikan kontribusi, semangat dan hiburan selama masa perkuliahan.
11. Kepada diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran serta keuangan dengan sangat baik, serta senantiasa menikmati setiap proses penyusunan skripsi dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri, mari tetap berjuang untuk masa depan yang akan tumbuh dari usaha yang dirawat hari ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua aspek, khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 2 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Kualitas Produk	16
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	17
2.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	18
2.3.1 Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	18
2.3.2 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	19
2.4 Penelitian terdahulu yang Relevan	20
2.5 Hubungan Antar Variabel	24

2.5.1	Hubungan Kualitas Produk dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian	24
2.5.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
2.5.3	Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6	Kerangka Berpikir	26
2.7	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3	Populasi dan Sampel.....	30
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5	Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1	Jenis Data	32
3.5.2	Sumber Data.....	33
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	36
3.8	Pengujian Hipotesis	38
3.8.1	Uji Simultan (Uji-F).....	39
3.8.2	Uji Parsial (Uji-t).....	39
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian.....	41
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	44
4.2	Pengujian Asumsi	47
4.2.1	Hasil Uji Normalitas	47
4.2.2	Hasil Uji Multikolonieritas	49

4.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.3	Pengujian Hipotesis	51
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.3.2	Hasil Uji Simultan (Uji-F)	53
4.3.3	Hasil Uji Parsial (Uji-t)	54
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja.....	56
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja.....	59
4.4.3	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja	61
4.5	Implikasi.....	63
4.6	Keterbatasan Penelitian	65
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Rangkuman.....	64
5.2	Simpulan.....	66
5.3	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Laporan Penjualan Sunrise Outlet Per Januari - Oktober 2024	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Sampel Kecil	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Sampel Besar	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sampel Kecil	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sampel Besar	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas One-Sample <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	51
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Minat Pencarian <i>Fashion</i> Periode 1 Januari - 31 Oktober 2024	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i>	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik <i>Scatterplot</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Riview Sunrise Outlet Singaraja.....	72
Lampiran 02. Dokumentasi Wawancara Konsumen Sunrise Outlet.....	73
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 04. Tabulasi Data Hasil Kuesioner Sampel Kecil	78
Lampiran 05. Tabulasi Data Hasil Kuesioner Sampel Besar	78
Lampiran 06. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	81
Lampiran 07. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar.....	85
Lampiran 08. Output Uji Asumsi Klasik	89
Lampiran 09. Pengujian Hipotesis	91
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	93

