

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK REALME DI KOTA  
BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Heling Yuan Nicolas  
NPM : 41183402180052



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"  
FAKULTAS EKONOMI  
BEKASI**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

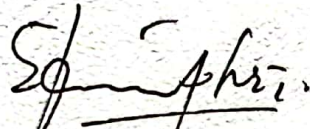
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK REALME DI KOTA  
BEKASI**

Tanggal: 24 Maret 2023

Oleh

Heling Yuan Nicolas  
NPM: 41183402180052

Disetujui,  
Pembimbing



Evi Mafriningsianti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK REALME DI KOTA  
BEKASI**

Tanggal: 31 Maret 2023

Oleh

Heling Yuan Nicolas  
NPM: 41183402180052

Dosen Penguji I



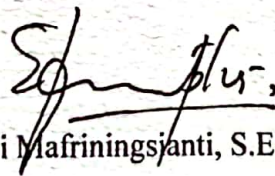
Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Dosen Penguji II



Joko Pramono, Ir., M.Si.

Mengetahui,  
Pembimbing



Evi Mafriningsanti, S.E., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heling Yuan Nicolas  
NPM : 41183402180052  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
E-mail : [helincuy@gmail.com](mailto:helincuy@gmail.com)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Realme Di Kota Bekasi." bebas Plagiarisme, rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan yang berlaku umum.

Apabila kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 31 Maret 2023

Yang membuat pernyataan


(Heling Yuan Nicolas)

## ABSTRAK

Heling Yuan Nicolas (41183402180052)

Pengaruh Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Realme Di Kota Bekasi

xiii + 116 halaman + 24 tabel + 1 gambar + 7 grafik + 14 lampiran + 2023

Kata kunci: Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Realme di Kota Bekasi. Populasi penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Realme di Kota Bekasi dengan jumlah sampel 100 orang.

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Untuk menentukan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google form* kepada responden. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis korelasi berganda yang dihitung menggunakan program *Statistical Product and Service Solution 25.0* (SPSS 25.0).

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh dari persamaan regresi linear berganda yaitu  $Y = 22,160 + 0,224 (X_1) + 0,265 (X_2)$  yang artinya setiap variabel  $X_1$  dan  $X_2$  memiliki nilai positif terhadap  $Y$ . Sedangkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} 9,240 > F_{tabel} 3,09$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Jika ditinjau secara parsial uji t diperoleh variabel kualitas produk  $t_{hitung} 3,045 > t_{tabel} 1,660$  dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *word of mouth*  $t_{hitung} 2,252 > t_{tabel} 1,660$  dengan nilai signifikansi  $0,027 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan variabel *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian ini bahwa kontribusi variabel kualitas produk dan *word of mouth* sebesar 19,1%, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka : 25 (2010-2022)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohiim.*

*Assalamualaikum wr. wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Keputusan Pembelian Smartphone Merek Realme Di Kota Bekasi". Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Evi Mafriningsianti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya, dukungan, bantuan, bimbingan, arahan, masukan dan perhatian kepada penulis, sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi di Universitas Islam "45" Bekasi yang telah banyak berkontribusi memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta Ibunda Yayuk Supeni dan Ayahanda Laswadi, terima kasih untuk kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, dukungan moril dan material sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan pendidikan dengan baik, semoga penulis dapat terus membanggakan kalian.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Agung, Ucup, mba Retno Ayu, Retno W, Dona, Mia, Qori, Pira, dan Rahmat. Terimakasih sudah membantu dan

mensupport dalam proses skripsi ini selesai.

7. Sahabat-sahabat BKK yaitu Serly, Sisca, Wayu, Indri, Risky, Reza, Angger, Rahman, Ipal, Renal dan Taufik. Terimakasih sudah mensupport dan selalu ada dari semester awal sampai proses skripsi ini selesai.
8. Sahabat-sahabat Ngayal B yaitu Imel, Ipah, Mimit, Pingki, Wawan, Diyak Adbil, Gigih dan Danny. Terimakasih sudah bersama-sama sampai saat ini dan terimakasih sudah selalu mensupport.
9. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2018 dan seluruh teman-teman Manajemen B yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum wr. wb*

Bekasi, 31 Maret 2023

Penulis

Heling Yuan Nicolas

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4 RUANG LINGKUP ATAU PEMBATASAN MASALAH.....	10
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.2.2 Pentingnya Kualitas Produk.....	13



2.2.3 Indikator Kualitas Produk .....	14
2.3 Word Of Mouth.....	15
2.3.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	15
2.3.2 Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	16
2.3.3 Indikator <i>word of mouth</i> .....	17
2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	20
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	21
2.5 PENELITIAN TERDAHULU .....	23
2.6 Hipotesis Dan Kerangka Pemikiran .....	29
2.6.1 Kerangka Pemikiran.....	29
2.6.2 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.3 Jenis dan sumber data.....	33
3.3.1 Data Primer .....	33
3.3.2 Data Sekunder .....	33
3.4 Teknik pengumpulan data .....	33
3.4.1 Observasi.....	33
3.4.2 Kuesioner .....	34
3.4.3 Studi Kepustakaan.....	34
3.4.4 Instrumen Penelitian.....	35

3.4.5 Variabel kualitas produk (X1).....	35
3.4.6 Variabel <i>word of mouth</i> (X2).....	36
3.4.7 Variabel keputusan pembelian (Y).....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Metode Analisis Deskriptif.....	37
3.5.2 Uji Validitas .....	37
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	38
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.5 Analisis Regresi Berganda .....	40
3.5.6 Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Realme .....	43
4.1.2 Profil Realme .....	43
4.1.3 Visi dan Misi Realme.....	44
4.2 Uji Kualitas Data.....	44
4.2.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas .....	44
4.2.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.3 Deskripsi Data Responden .....	47
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
4.4 Deskripsi Variabel.....	51
4.4.1 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk (X1).....	51

4.4.2 Deskripsi Data Variabel Word Of Mouth (X2).....	53
4.4.3 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.4.4 Deskripsi Hasil Uji Statistik.....	57
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.5.1 Uji Normalitas.....	58
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.7 Uji Hipotesis.....	63
4.7.1 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	63
4.7.2 Uji Signifikan Secara Bersama-sama atau Anova (Uji F).....	64
4.7.3 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	65
4.8 Pembahasan.....	69
4.9 Kelemahan Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77

## DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1 Hasil Pra survei Keputusan pembelian .....	4
Tabel 1.2 Hasil Pra survei Kualitas Produk .....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra survei <i>Word Of Mouth</i> .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 <i>Skala likert</i> .....	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X2).....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.8 Skor Jawaban Responden Kualitas Produk (X1) .....	51
Tabel 4.9 Skor Jawaban Responden <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	53
Tabel 4.10 Skor Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) .....	61
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikan Secara Bersama-sama (Uji F) .....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji-t).....	65
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi .....	66

## DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

*Halaman*

### **Gambar**

Gambar 4.1 Logo Perusahaan <i>Smartphone</i> Realme.....	44
--	----

### **Grafik**

Grafik 1.1 Pengguna Perangkat <i>Smartphone</i> di Indonesia pada Tahun 2020 & 2021..	2
Grafik 1.2 Pangsa pasar <i>smartphone</i> di Indonesia .....	3
Grafik 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Grafik 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	49
Grafik 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia.....	50
Grafik 4.4 Hasil Uji Normal Probability Plot .....	59
Grafik 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i> .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

	<i>Halaman</i>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas (Uji Coba 30 Sampel) .....	84
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden .....	94
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	105
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Penelitian Hipotesis .....	106
Lampiran 7 Tabel Distribusi t .....	107
Lampiran 8 Tabel Distribusi F .....	108
Lampiran 9 Foto Produk <i>Smartphone</i> Realme.....	109
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi.....	110
Lampiran 11 Kartu Seminar Proposal.....	111
Lampiran 12 Surat Keputusan Pembimbing .....	113
Lampiran 13 Bukti Share Kuesioner.....	114
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup.....	115

# HELING YUAN NICOLAS\_41183402180052\_SKRIPSI.FIX BANGET

## ORIGINALITY REPORT

**34%**  
SIMILARITY INDEX

**36%**  
INTERNET SOURCES

**18%**  
PUBLICATIONS

**24%**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	3%
3	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
4	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
5	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
6	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
8	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%

repository.upstegal.ac.id