

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD*
OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey pada Pelanggan *Facial Wash* Merek Biore yang Memiliki Akun Tiktok di
Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAHMI NURAHMAN

20200510202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ELECTRONIC OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Survey pada Pelanggan *Facial Wash* Merek Biore yang Memiliki Akun Tiktok di
Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

MUHAMMAD FAHMI NURAHMAN
20200510202

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.

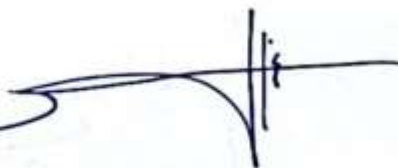
Susunan Dewan Penguji,

Penguji I,



Prof. Dr. H. Dikdik Harijadi S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Penguji II,



Dr. Hj. Lili Karmela F. S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji III,



Welly Hadi Gunawan
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
ELECTRONIC OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN

(Survey pada Pelanggan *Facial Wash* Merek Biore yang Memiliki Akun Tiktok di
Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

MUHAMMAD FAHMI NURAHMAN
20200510202

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S
NIP. 196110221986031002



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108889250

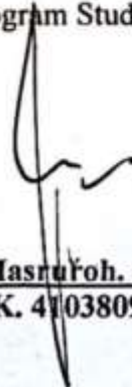
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. H. Lili Karmela F, SE., M.Si.
NIK.41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., ME., Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fahmi Nurahman

NIM : 20200510202

Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Facial Wash Merek Biore Yang Memiliki Akun Tiktok di Kabupaten Kuningan)"

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Facial Wash Merek Biore Yang Memiliki Akun Tiktok di Kabupaten Kuningan)"** adalah hasil tulisan saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat Pernyataan,


Muhammad Fahmi N
NIM. 20200510202

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Tiada do'a yang paling indah selain do'a agar skripsi ini cepat selesai.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia – Nya, saya persembahkan skripsi ini untuk orang – orang paling berharga dalam kehidupan saya, yaitu kedua orang tua.

ABSTRAK

Muhammad Fahmi Nurahman (20200510202) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Survey pada Pelanggan *Facial Wash* Merek Biore yang Memiliki Akun Tiktok di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh Prof. Dr. Eeng Ahman, Ms dan Winda Oktaviani, SE., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan *electronic word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan *facial wash* merek Biore yang memiliki akun tiktok di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang didapat diolah dengan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan *electronic word of mouth* baik secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk *facial wash* merek Biore.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Electronic Word of Mouth*, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Muhammad Fahmi Nurahman (20200510202) "The Influence of Product Quality, Price and Electronic Word of Mouth on Customer Satisfaction" (Survey of Biore Brand Facial Wash Customers who Have Tiktok Accounts in Kuningan Regency) Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Supervised by Prof. Dr.Eeng Ahman, Ms dan Winda Oktaviani, SE., M.M.

This research aims to find out the influence of product quality, price and electronic word of mouth on customer satisfaction. The sample in this research was Biore brand facial wash customers who had TikTok accounts in Kuningan Regency. The research method used by the author in this research is a quantitative method using a questionnaire via Google Form. The total number of samples in this study was 170 respondents. The data collection technique used by the author in this research is a questionnaire and the measurement uses an interval scale. The data obtained is processed using the multiple linear regression analysis method of the SPSS version 26 application. Proving the hypothesis is carried out using descriptive analysis techniques. The research results show that: product quality, price, and electronic word of mouth both simultaneously and partially have a positive and significant effect on customer satisfaction with Biore brand facial wash products.

KeyWords: Product Quality, Price, Electronic Word of Mouth, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan *Facial Wash* Merek Biore yang Memiliki Akun Tiktok di Kabupaten Kuningan)”** dapat diselesaikan tepat waktu dalam rangka memenuhi tugas akhir perkuliahan.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk diri penulis maupun skripsi ini.

Tak lupa dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memfasilitasi penulis selama menyusun skripsi ini. Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal kebaikan dan keberkahan.

Kuningan, Mei 2023

Penulis,

MUHAMMAD FAHMI NURAHAMAN

20200510202

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya restu dan ridha dari Allah SWT. Pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada Yth:

1. Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena selalu memberikan segala nikmat tanpa henti kepada penulis.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Bapak Ruslan dan Ibu Titin Fatimah yang selalu mendoakan, mendukung serta memberikan perhatian dengan penuh kesabaran kepada penulis baik moril maupun materil
3. Bapak Prof. Dr. Eeng Ahman, Ms. selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi.
4. Ibu Winda Oktaviani SE., M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan masukan dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

7. Ibu Rina Masruroh. S.E., ME.Sy selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan
8. Bapak Faishal Rahimi, SE., M.M. selaku pembimbing akademik.
9. Terima kasih juga untuk kakak ku. Alm. A Joni, A Asep, Teh Yuni dan Teh Desi. Selalu memberikan arahan positif dan menjadi support system terbaik bagi penulis dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Sahabat – sahabat saya Lupita, Farhan, Anty, Diah, Nita, Doni, Ersalina, Lutpi, Arifah, Ira, Satria, Ajeng, Yusuf, Danian, Sofyan, Ikhsan dan Yudi terima kasih sudah menemani dan kebersamai selama menjadi mahasiswa kurang lebih empat tahun lamanya di Universitas Kuningan.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah ikut serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 12

1.4 Manfaat Penelitian 12

1.4.1 Manfaat Teoritis 12

1.4.2 Manfaat Praktis 12

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR & HIPOTESIS 14

2.1 Landasan Teori 14

2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	16
2.1.3 Harga.....	21
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	24
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	28
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	31
2.1.7 Penelitian Terdahulu	32
2.1.8 Kerangka Berfikir	37
2.1.9 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	43
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Data.....	43
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Uji Instrumen.....	45
3.4.1 Uji Validitas	45
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Analisis Deskriptif	50
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.6.3 Koefisien Determinasi	55
3.6.4 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60

4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	61
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	64
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.1.5 Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.1.6 Uji Hipotesis	76
4.2 Pembahasan	78
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
4.2.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.2.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indexs <i>Facial Wash</i> Tahun 2019 - 2022	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Indikator Variabel	41
Tabel 3.2 Rentang Nilai	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	47
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	47
Tabel 3.6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan <i>Facial Wash</i> Biore	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolineritas	72
Tabel 4.8 Hasil Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Tiktok.....	2
Gambar 1.2 Hasil PraSurvey	7
Gambar 1.3 Hasil PraSurvey	10
Gambar 4.1 Daerah Kriteria Variabel X1	66
Gambar 4.2 Daerah Kriteria Variabel X2	67
Gambar 4.3 Daerah Kriteria Variabel X3	68
Gambar 4.4 Daerah Kriteria Variabel Y	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi

Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner

Kuesioner

Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner

Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner

Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 26.0

Lampiran V : Tabel F (Tarf Signifikansi 0,05)

Tabel t (Tarf Signifikansi 0,05)

Tabel r (Tarf Signifikansi 0,05)

Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup