

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *VARIANT OF PRODUCT* TERHADAP PURCHASE DECISION SUSU CAIR
FRISIAN FLAG**

(Studi Kasus Konsumen susu cair Frisian Flag di DKI Jakarta)

***THE EFFECT OF WORD OF MOUTH AND VARIANT OF PRODUCT ON
THE PURCHASE DECISION OF FRISIAN FLAG LIQUID MILK***

(Case Study Consumers of Frisian Flag liquid milk in DKI Jakarta)

Oleh:

Tito Sudyanto

2017410080

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas

Darma Persada



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah:

Nama : Tito Sudiyanto

Nim : 2017410080

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Judul Skripsi : *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN VARIANT OF
PRODUCT TERHADAP PURCHASE DECISION SUSU CAIR
FRISIAN FLAG DI DKI JAKARTA*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

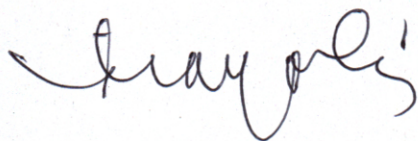
Jakarta, 23 Februari 2022

Mengetahui,

Menyetujui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing



(Dian Anggraeny Rahim, SE., M.SI)



(Resa Nurlaela Anwar, S.e., M.M)

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN VARIANT OF
PRODUCT TERHADAP PURCHASE DECISION SUSU
CAIR FRISIAN FLAG**

(Studi Kasus Konsumen susu cair Frisian Flag di DKI Jakarta)
***THE EFFECT OF WORD OF MOUTH AND VARIANT OF
PRODUCT ON THE PURCHASE DECISION OF FRISIAN FLAG
LIQUID MILK***

(*Case Study Consumers of Frisian Flag liquid milk in DKI Jakarta*)

Oleh:

Tito Sudyanto


2017410080

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam
ilmu Ekonomi Kosentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada

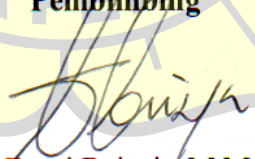
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada: 8 Maret 2022

Jakarta,




Resa Nurlaela Anwar, SE., MM

Pembimbing



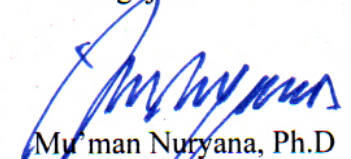
Drs. Fauzi Baisyir, M.M

Penguji I/Ketua



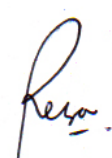
Dr. Firsan Nova, S.E., M.M

Penguji II



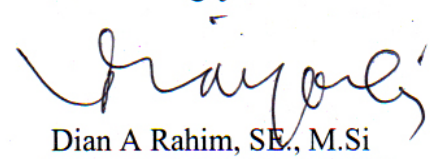
Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi



Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

Penguji III



Dian A Rahim, SE., M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tito Sudyanto

Nim : 2017410080

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product* Terhadap *Purchase Decision* (Studi Kasus Konsumen Susu Cair Frisian Flag di DKI Jakarta)** dibawah bimbingan Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM adalah benar merupakan hasil penelitian saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya sendiri bersedia mempertanggungjawabkan . Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Desember 2021



Tito Sudyanto
NIM : 2017410080

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Purchase Decision* kepada konsumen susu cair Frisian Flag. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara kuesioner pada 100 konsumen susu cair Frisian Flag. Sampel diambil dengan Non probability berupa Purposive sampling. Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linier (sederhana dan berganda). Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji T. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product* terhadap *Purchase Decision* dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Untuk variabel *Word Of Mouth* terhadap *Purchase Decision* menunjukkan pengaruh positif yang artinya signifikan dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ dan untuk variabel *Variant Of Product* terhadap *Purchase Decision* menunjukkan pengaruh positif yang artinya signifikan dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Word Of Mouth* dan *Variant Of Product*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Purchase Decision on Frisian Flag liquid milk consumers. This research was conducted by collecting data by means of a questionnaire on 100 consumers of Frisian Flag liquid milk. Samples were taken with non-probability in the form of purposive sampling. Testing the quality of the data in this study used validity and reliability tests. Data were analyzed using simple linear regression analysis and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, and heteroscedasticity test) were performed as statistical requirements that must be met in performing linear regression analysis (simple and multiple). Simultaneous hypothesis testing using the F test, partially using the T test. The results showed that there was a significant influence between the Word Of Mouth and Variant Of Product variables on Purchase Decisions with a significance probability of $0.000 < 0.05$. The Word Of Mouth variable on Purchase Decision shows a positive effect, which means it is significant with a significance probability of $0.000 < 0.05$ and for the Variant Of Product variable on Purchase Decision it shows a positive effect, which means it is significant with a significance probability of $0.000 < 0.05$.

Key Word: Word Of Mouth and Variant Of Product

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan Semesta Alam, atas Karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan Salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan Risalah dan Syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas Rahmat Allah SWT, akhirnya penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH WORD OF MOUTH DAN VARIANT OF PRODUCT TERHADAP PURCHASE DECISION SUSU CAIR FRISIAN FLAG (Studi kasus Konsumen Susu Cair Frisian Flag di DKI Jakarta)”** yang difokuskan pada konsumen susu cair Frisian Flag di DKI Jakarta. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Starta-1 (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Ir. Mu'Man Nuryana, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh *Staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Untuk semua keluarga terutama orang tua tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan doanya yang selalu menyertai anakmu ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan kasih sayang kepadanya.
7. Keluarga Besarku terima kasih atas semuanya yang selalu memberikan kebahagiaan dalam keluarga ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih belum sempurna. Akhirnya penulis berharap semoga proposal skripsi ini ada manfaatnya bagi penulis dan pembaca sebagai penambah ilmu pengetahuan. Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Sekiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan do'a semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat Ridho dari Allah SWT. Amin.

Jakarta, 20 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Perumusan masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Landasan Toeri	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
1. Pengertian Manajemen	14
2. Pengertian Pemasaran	14
3. Konsep Pemasaran	15

4. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
5. Fungsi Manajemen Pemasaran	18
6. Bauran Pemasaran	18
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	21
1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	21
2. Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	23
3. Dimensi dan Indikator <i>Word Of Mouth</i>	24
2.1.3 <i>Variant Of Product</i>	25
1. Pengertian <i>Variant Of Product</i>	25
2. Dimensi dan Indikator <i>Variant Of Product</i>	26
2.1.4 <i>Purchase Decision</i>	27
1. Pengertian <i>Purchase Decision</i>	27
2. Dimensi dan Indikator <i>Purchase Decision</i>	28
3. Tipe-Tipe <i>Purchase Decision</i>	29
2.1.5 <i>Behavioral Intention</i>	30
1. Pengertian <i>Behavioral Intention</i>	30
2. Dimensi dan Indikator <i>Behavioral Intention</i>	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Hipotesis Penelitian.....	44
2.5 Paradigma Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Yang Digunakan.....	47
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.3 Operasional variabel.....	48
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	53
3.4.1 Sumber Data	53

1. Data Primer	53
2. Data Sekunder	53
3.4.2 Cara Penentuan Data	53
1. Populasi	53
2. Sampel	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	58
3.6.1 Uji Keabsahan Data	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Realibilitas	59
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	59
1. Uji Normalitas.....	59
2. Uji Multikolinearitas	60
3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4. Uji Autokorelasi.....	61
3.6.3 Alat dan Analisis Data	62
1. Analisi Linear Berganda	62
2. Analisis Linear Sederhana.....	63
3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
3.6.4 Uji Hipotesis	65
1. Uji Simultan (Uji F).....	66
2. Uji Parsial (Uji T)	67
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Sejarah PT Frisian Flag Indonesia.....	68
4.1.2 Visi dan Misi PT Frisian Flag Indonesia	69

1. Visi	69
2. Misi.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Profil Responden	70
1. Jenis Kelamin	71
2. Usia	71
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Yang Diteliti	72
1. <i>Word Of Mouth</i>	72
2. <i>Variant Of Product</i>	82
3. <i>Purchase Decision</i>	94
4.2.3 Uji Keabsahan Data.....	106
1. Uji Validitas	106
2. Uji Realibilitas	110
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	111
1. Uji Normalitas.....	111
2. Uji Multikolinieritas	113
3. Uji Heteroskedastisitas.....	114
4. Uji Autokorelasi.....	115
4.2.5 Analisis Data	116
1. Analisis Linear Sederhana.....	116
2. Analisis Regresi Berganda	118
3. Hasil Uji Simulatan (Uji F)	121
4. Hasil Uji Parsial (Uji T)	122
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	125
4.3 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	128
4.3.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of Product</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Decision</i>	129
4.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Decision</i>	129

4.3.3 Pengaruh <i>Variant Of Product</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Decision</i>	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	136



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pangsa Pasar Brand Susu Cair	3
Tabel 1.2 Pilihan Variasi Rasa Susu Cair Frisian Flag	6
Tabel 1.3 Pilihan Variasi Rasa Susu Cair Pesaing	8
Tabel 1.4 Pra Survey Konsumen Cair Frisian Flag (<i>Word Of Mouth</i>).....	9
Tabel 1.5 Pra Survey Konsumen Cair Frisian Flag (<i>Variant Of Product</i>)	10
Tabel 1.6 Pra Survey Konsumen Cair Frisian Flag (<i>Purchase Decision</i>).....	11
Tabel 2.1 Tipe-tipe Keputusan Pembelian	29
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 3.3 Skala Interval.....	54
Tabel 3,4 Koefisien Determinasi (R^2)	61
Taebel 4.1 Tingkatan Pengembalian Kuesioner.....	66
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.4 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 1	69
Tabel 4.5 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 2	70
Tabel 4.6 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 3	71
Tabel 4.7 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 4	72

Tabel 4.8 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 5	73
Tabel 4.9 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 6	74
Tabel 4.10 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 7	75
Tabel 4.11 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 8	76
Tabel 4.12 Tanggapan <i>Word Of Mouth</i> Pernyataan 9	77
Tabel 4.13 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 1	78
Tabel 4.14 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 2	79
Tabel 4.15 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 3	80
Tabel 4.16 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 4	81
Tabel 4.17 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 5	82
Tabel 4.18 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 6	83
Tabel 4.19 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 7	84
Tabel 4.20 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 8	85
Tabel 4.21 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 9	86
Tabel 4.22 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 10	87
Tabel 4.23 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 11	88
Tabel 4.24 Tanggapan <i>Variant Of Product</i> Pernyataan 12	89
Tabel 4.25 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 1	90
Tabel 4.26 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 2	91
Tabel 4.27 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 3	92
Tabel 4.28 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 4	93
Tabel 4.29 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 5	94

Tabel 2.30 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 6	95
Tabel 4.31 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 7	96
Tabel 4.32 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 8	97
Tabel 4.33 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 9	98
Tabel 4.34 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 10	99
Tabel 4.35 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 11	100
Tabel 4.36 Tanggapan <i>Purchase Decision</i> Pernyataan 12	101
Tabel 4.37 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1)	103
Tabel 4.38 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel <i>Variant Of Product</i> (X2)	104
Tabel 4.39 Instrumen Per Item Pernyataan Untuk Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y)	105
Tabel 4.40 Uji Realibilitas Untuk Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1), <i>Variant Of</i> <i>Product</i> (X2) dan <i>Purchase Decision</i> (Y).....	106
Tabel 4.41 Hasil Uji Normalitas Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of</i> <i>Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	108
Tabel 4.42 Hasil Uji Multikolonieritas Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of</i> <i>Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	110
Tabel 4.43 Hasil Uji Autokorelasi Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of</i> <i>Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	112
Tabel 4.44 Hasil Model Summary	112
Tabel 4.45 Hasil ANOVA	113
Tabel 4.46 Hasil Coefficients	113

Tabel 4.47 Parameter Kuantitatif Linear Sederhana Variabel <i>Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	114
Tabel 4.48 Parameter Kuantitatif Linear Sederhana Variabel <i>Variant Of Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	115
Tabel 4.49 Parameter Kuantitatif Uji F Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	116
Tabel 4.50 Parameter Kuantitatif Uji T Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	118
Tabel 4.51 Parameter Kuantitatif Uji T Pengaruh <i>Variant Of Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	119
Tabel 4.52 Parameter Kuantitatif Korelasi <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Variant Of Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	120
Tabel 4.53 Parameter Kuantitatif Korelasi <i>Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	121
Tabel 4.54 Parameter Kuantitatif Korelasi <i>Variant Of Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	122
Tabel 4.55 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 pilihan rasa susu cair frisian flag	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	39
Gambar 4.1 Ananlisis Grafik Hasil Uji Normalitas	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	137
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden	142
Lampiran 3 Tanggapan Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	147
Lampiran 4 Tanggapan Responden Variabel <i>Variant Of Product</i>	150
Lampiran 5 Tanggapan Responden Variabel <i>Purchase Decision</i>	153
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Validitas, Uji Reliabilitas	156
Lampiran 7 Titik Presentase Distribusi T	160
Lampiran 8 Titik Presentase Distribusi F.....	161
Lampiran 9 Taraf Signifikan R tabel.....	162
Lampiran 10 Data Riwayat Hidup.....	163
Lampiran 11 Catatan Konsultasi Laporan Dengan Dosen Pembimbing	164