



**PENGARUH E-WOM, PROMOSI, DISTRIBUSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ICE CREAM AICE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

M. ADE PAMUNGKAS

412140032

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020



**PENGARUH E-WOM, PROMOSI, DISTRIBUSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ICE CREAM AICE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

M. ADE PAMUNGKAS

412140032

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH E-WORM, PROMOSI, DISTRIBUSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICR CREAM AICE**

Oleh

Nama : **M. Ade Pamungkas**
NIM : **412140032**
Jurusan : **SI Manajemen**
Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 21 Bulan September 2020

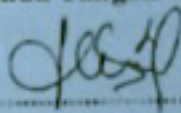
DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

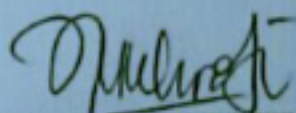
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.
NIDN. 061601101

Tanda Tangan



Penguji I

Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902



Penguji II

Qori Al Banin, S.E., M.Si.
NIDN. 060098601



Diterima dan disahkan

Pada tanggal

Dekan

Ekonomika dan Bisnis



Ketua

Jurusan Manajemen



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Ade Pamungkas

NIM : 412140032

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



M. Ade Pamungkas

NIM. 412140032

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, yang banyak memberikan rahmatNya kepada saya melalui kesehatan dan inspirasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tetap semangat dalam mencapai hasil yang terbaik
2. Bapak Prof. Dr. H. Yahya A. Muhaimin, Selaku Rektor Universitas Peradaban.
3. Bapak Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Mukhroji, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
5. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan, memberi masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Mukhroji, S.E., M.M dan Ibu Qori Al Banin, S.E., M.Si. selaku dosen penguji I dan II yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
8. Karyawan dan staff Universitas Peradaban yang telah memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
9. Kedua orang tua penulis yang tak henti-hentinya memanjatkan doa, dukungan dan cintanya kepada penulis hingga saat ini.

10. Teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh pendidikan di program studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Teruslah semangat dalam berjuang mencapai cita-cita.
11. Keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas.
12. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
13. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 18 Agustus 2020

Penulis,

M. Ade Pamungkas

NIM. 412140032

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-wom, promosi, distribusi, dan harga terhadap keputusan pembelian *ice cream AICE*. Penelitian ini merupakan penelitian survey. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang responden merupakan orang yang pernah mengkonsumsi *ice cream Aice* di Kabupaten Brebes. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dan *purposive sampling* pada bulan Januari sampai dengan Agustus 2020. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25*. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh e-wom, promosi, distribusi, dan harga terhadap keputusan pembelian *ice cream AICE*. Skala pengukuran menggunakan skala *likert 7*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dan pengaruh secara parsial antara variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wom promosi, distribusi, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa variabel e-wom, promosi, distribusi, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan produk *ice cream AICE* terhadap e-wom, promosi, distribusi, dan harga karena variabel tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : E-WOM, Promosi, Distribusi, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of e-wom, promotion, distribution, and price on purchasing decisions for AICE ice cream. This research is a survey research. The sample in this study were 96 respondents who had consumed Aice's ice cream in Brebes Regency. The sampling technique was carried out using accidental sampling and purposive sampling methods from January to August 2020. The data collection technique in this study used a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistic 25 program. The hypothesis proposed was that there was an effect of e-wom, promotion, distribution, and price on the decision to purchase AICE ice cream. The measurement scale uses a Likert scale 7. The data source in this study is primary data. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis with the F test and t test to determine the effect together and the effect partially between the variables studied. The results showed that e-wom, promotion, distribution, and prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. The conclusion that can be drawn from this study is that the e-wom, promotion, distribution, and price variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. So that the company can maintain and improve AICE ice cream products on e-wom, promotion, distribution, and price because these variables are very important in influencing purchasing decisions.

Keywords: *E-WOM, Promotion, Distribution, Price, and Purchase Decisions*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. E-WOM (<i>Electronic Word of Mouth</i>)	16
3. Promosi	26
4. Distribusi	31

5. Harga	34
B. Perumusan Model Penelitian	39
1. Penelitian Terdahulu	39
2. Perumusan Hipotesis	41
3. Kerangka Pemikiran	44
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	47
A. Metode Penelitian	47
1. Jenis Penelitian	47
2. Lokasi Penelitian	47
3. Waktu Penelitian	47
4. Populasi dan Sampel	47
5. Sumber Data	49
6. Teknik Pengumpulan Data	49
7. Defenisi Konsep dan Operasional Variabel	50
B. Teknik Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Instrumen	57
3. Analisis Regresi Berganda	58
4. Uji Hipotesis	59
5. Uji Asumsi Klasik	61
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Analisis Data dan Pembahasan	69
1. Analisis Deskriptif	69

2. Uji Instrumen	81
3. Analisis Regresi Linier Berganda	82
4. Uji Asumsi Klasik	86
5. Pembahasan	89
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat konsumsi es krim di Indonesia dari tahun 2017-2019	2
Tabel 2. Daftar penghargaan es krim Aice pada tahun 2019	3
Tabel 3. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	50
Tabel 4. Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 5. Jawaban Responden untuk Variabel E-WOM	72
Tabel 6. Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	74
Tabel 7. Jawaban Responden untuk Variabel Distribusi	76
Tabel 8. Jawaban Responden untuk Variabel Harga	78
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	81
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 12. Hasil Uji F.....	85
Tabel 13. Koefisien Determinasi	85
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 16. Hasil Uji Multikolonieritas	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	46
Gambar 2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan	67
Gambar 4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	104
Lampiran 3. Tabulasi Data E-WOM	107
Lampiran 4. Tabulasi Data Promosi	110
Lampiran 5. Tabulasi Data Distribusi	113
Lampiran 6. Tabulasi Data Harga	116
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	119
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Deskriptif E-WOM	123
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi	126
Lampiran 10. Hasil Uji Analisis Deskriptif Distribusi	128
Lampiran 11. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga	130
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	132
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM	133
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	134
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi	135
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	136
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	137
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel E-WOM	138
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	139
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Distribusi	140
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	141

Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	142
Lampiran 23. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	143
Lampiran 24. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot	144
Lampiran 25. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot ...	145
Lampiran 26. Hasil Uji Multikolinieritas	146
Lampiran 27. Riwayat Hidup Penulis	147