



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
KANEKI COFFEE SHOP, PONDOK KELAPA, JAKARTA
TIMUR**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh :
Nama : Rayis
NIM : 21219125

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KANEKI COFFEE SHOP, PONDOK KELAPA, JAKARTA TIMUR

Diajukan Oleh

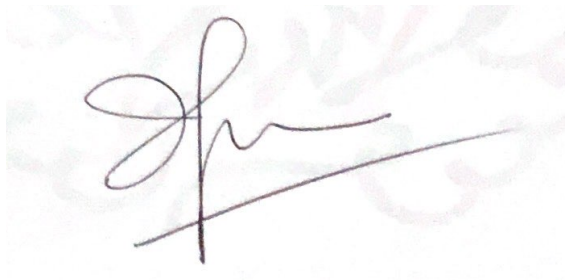
Nama : Rayis

NIM : 21219125

Jakarta, 29 Oktober 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



ABSTRAK

Rayis / 21219125 / 2022 / Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Minat beli Ulang konsumen pada Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa, Jakarta Timur / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M. M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat beli ulang dari Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa melalui variabel kualitas produk dan *Word of Mouth*. Keberadaan warung kopi saat ini tidak hanya menjadi tempat untuk menghabiskan waktu sambil menikmati secangkir kopi, tetapi juga sebagai tempat bertemu untuk saling berbagi informasi mengenai kondisi lingkungan sekitar dan sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Melihat situasi seperti ini, maka terbuka peluang usaha para pelaku bisnis khususnya minuman kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Hal ini terlihat dari maraknya jenis dan merek yang ditawarkan pada saat ini.

Berdasarkan teori yang saya gunakan pada kualitas produk, kualitas produk adalah kualitas karakteristik produk atau layanan yang menanggung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan *Word of Mouth* yaitu konsumen melakukan promosi tanpa terikat dengan perusahaan dan tanpa dibayar oleh perusahaan, konsumen biasanya hanya bercerita tentang pengalamannya menggunakan produk tertentu. Dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* terjadi secara alami, konsumen mulai dengan membicarakan sebuah merek/pelayanan yang mereka gunakan kepada orang lain

Objek penelitian ini adalah Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis linier berganda.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan *word of mouth* memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang di Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa.

Kata Kunci: Kualitas produk, *word of mouth*, minat beli ulang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Rayis / 21219125 / 2022 / *The Influence of Product Quality and Word of Mouth on Consumer Repurchase Interest at Kaneki Coffee Shop in Pondok Kelapa, East Jakarta* / Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M. M.

The purpose of this study was to determine the repurchase interest of Kaneki Coffee Shop in Pondok Kelapa through product quality and Word of Mouth variables. The existence of a coffee shop today is not only a place to spend time while enjoying a cup of coffee, but also as a meeting place to share information about the condition of the surrounding environment and has become a people's lifestyle. Seeing a situation like this, it opens up business opportunities for business people, especially coffee drinks to meet the needs of these consumers. This can be seen from the many types and brands offered at this time.

Based on the theory I use on product quality, product quality is the characteristic quality of a product or service that bears its ability to meet stated or implied customer needs. While Word of Mouth, namely consumers do promotions without being tied to the company and without being paid by the company, consumers usually only tell about their experiences using certain products. It can be concluded that word of mouth occurs naturally, consumers start by talking about a brand/service they use to other people

The object of this research is Kaneki Coffee Shop in Pondok Kelapa. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The data analysis techniques used in this research are validity test, reliability test, descriptive analysis, and multiple linear analysis.

The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict repurchase interest and based on the t test it can be concluded that product quality and word of mouth have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.

The conclusion of this study is that product quality and word of mouth have a positive influence on repurchase interest at Kaneki Coffee Shop in Pondok Kelapa.

Keywords: Product quality, word of mouth, repurchase interest.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji serta syukur kepada Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya yang sudah diberikan kepada penulis sehingga bisa menuntaskan penelitian ini. Dan tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan wajib dalam menyelesaikan studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik dan tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, petunjuk, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta telah meluangkan waktu, pikiran, saran dan kritik yang membangun selama pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan bagi penulis sehingga pembuatan skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Para dosen dan staf pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membantu penulis pada masa studi menyelesaikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.

4. Seluruh staf perpustakaan dan tata usaha Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis selama masa studi di kampus ini.
5. Saudara kandung yang sudah selalu mendukung serta memberi masukan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan.
6. Teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, penghibur dan masukan dalam penyusunan skripsi.
7. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah turut membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2022

Penulis

(Rayis)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kualitas Produk	10
1. Definisi Produk	10
2. Pengertian Kualitas Produk	11
3. Dimensi Kualitas Produk	12
B. <i>Word of Mouth</i>	13
1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	13
2. Indikator <i>Word of Mouth</i>	16
3. Dimensi <i>Word of Mouth</i>	17
C. Minat Beli Ulang	19
1. Pengertian Minat Beli Ulang	19
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	19
3. Dimensi	21

© Halodipinmik di Kik G (Instansi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Indikator Minat Beli Ulang	21
D. Penelitian yang Relevan	23
E. Kerangka Pemikiran	24
F. Hipotesis Penelitian	24
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian	25
B. Desain Penelitian	25
C. Variabel Penelitian	26
1. Kualitas Produk	27
2. <i>Word of Mouth</i>	28
3. Minat Beli Ulang	29
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Teknik Pengambilan Sampel	29
F. Teknik Analisis Data	30
BAB IV	36
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Hasil Penelitian	37
C. Pembahasan	48
BAB V	50
KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

©	Hak Cipta Milik IBI BIKKGG Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	
	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
	Tabel 1.1.....	6
	Tabel 2.1.....	23
	Tabel 3.1.....	27
	Tabel 3.2.....	28
	Tabel 3.3.....	29
	Tabel 3.4.....	33
	Tabel 4.1.....	36
	Tabel 4.2.....	37
	Tabel 4.3.....	38
	Tabel 4.4.....	39
	Tabel 4.5.....	40
	Tabel 4.6.....	40
	Tabel 4.7.....	41
	Tabel 4.8.....	42
	Tabel 4.9.....	45
	Tabel 4.10.....	46
	Tabel 4.11.....	47

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Label 2.1.....	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

