

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN KONTEN ERIGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI

JAKARTA

Oleh:

Nama : Audric Steven

Nim : 70200035

Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan Mata Kuliah Skripsi

Program Studi : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2024

Hak cipta milik IBI KKG (Institut 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN KONTEN
ERIGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
JAKARTA**

Diajukan oleh

Nama : Audric Steven

Nim : 70200035

Jakarta

Disetujui oleh:

Pembimbing

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

INSTITUT DAN BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

ABSTRACT

Audric Steven / 70200035 / 2024 / (*The Influence of Product Quality and Content Marketing Erigo on Consumer Purchasing Decisions in Jakarta*) / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

As time progresses, technological developments have made human life easier and more practical, including shopping activities. Many companies are taking advantage of this technological development by changing their business models using social commerce and direct product and service buying and selling activities through social media that are carried out online. Erigo must be able to prepare a unique and accurate business competition strategy with its competitors. One aspect that can be considered is product quality and content marketing towards consumer purchasing decisions in Jakarta.

The theory used to support this research is the theory of product quality, content marketing and purchasing decisions. In this study, product quality and content marketing as independent variables and purchasing decisions as dependent variables.

The object of this study is Erigo. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The data collection technique used in this study is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 126 respondents who have purchased Erigo products.

The results of this study indicate that product quality and content marketing have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions in Jakarta.

The conclusion of this study is that the product quality variable is proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions and the content marketing variable is proven to have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions in Jakarta.

Keywords: *Product Quality, Content Marketing and Purchasing Decisions.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pemasaran Konten Erigo Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jakarta” dengan tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, serta memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi. Pihak-pihak yang terkait itu diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia untuk meluangkan dan memberikan waktu, tenaga, motivasi serta pengarahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si., sebagai ketua program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi kepada peneliti seputar penulisan skripsi di Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Alm.Wongso selaku ayah, Djun Kiau selaku ibu dan Adrian Sterling selaku kakak dari penulis yang selalu support dan semangat penulis agar mengerjakan skripsi dengan lancar
4. Untuk teman-teman yang selalu setia menemani dan bersama selama perkuliahan maupun diluar perkuliahan yang selalu membantu dari awal semester, yang selalu mendoakan, memberikan semangat, membawa keceriaan serta motivasi dalam pembuatan Skripsi
5. Untuk Kevin Eka dan Angelia terima kasih telah memberi dukungan selama dalam pembuatan skripsi selama ini
6. Untuk semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam proses pencarian informasi dan penyelesaian Skripsi.
7. Peneliti menyadari dan mengetahui bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki kesalahan ataupun kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu serta memperluas wawasan bagi para pembaca.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jakarta, 23 Agustus 2024

Audric Steven



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Batasan Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	6
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat penelitian.....	7
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
A. Obyek Penelitian	23
B. Desain Penelitian.....	23
C. Populasi Dan Sampel	26
D. Variabel Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Pengolahan Data dan Analisis Data	32
BAB IV	41
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41

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

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel Kualitas Produk	28
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel Pemasaran Konten	29
Tabel 3.3	Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 3.4	Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian	32
Tabel 3.5	Skala Likert.....	36
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Konten	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Konten	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.8	Skor Rata – Rata Kualitas Produk	47
Tabel 4.9	Skor Rata – Rata Pemasaran Konten	49
Tabel 4.10	Skor Rata – Rata Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastistas	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji F Penelitian	55
Tabel 4.16	Hasil Uji t	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Profil Merek Teratas di Asia Timur & Tenggara berdasarkan Interaksi di Instagram 2021	2
Gambar 1. 2 Merek Fesyen Lokal yang jadi favorit masyarakat Indonesia	3
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	9
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Logo Erigo	42
Gambar 4. 2 Rentang Skala Variabel Kualitas Produk.....	49
Gambar 4. 3 Rentang Skala Variabel Pemasaran Konten	50
Gambar 4. 4 Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian	52

Disusun dan Ditulis oleh: **Alvin Pratomo** (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Disetujui dan Disahkan oleh:

Ditandatangani sebagai bagian 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 LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra - Kuesioner.....	69
Lampiran 2. Data Pra – Kuesioner	72
Lampiran 3. Hasil Output Uji Validitas.....	75
Lampiran 4. Hasil Output Uji Reliabilitas	76
Lampiran 5. Data Kuesioner.....	77
Lampiran 6. Hasil Output Analisis Deskriptif Jenis Kelamin	87
Lampiran 7. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	88
Lampiran 8. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Konten	91
Lampiran 9. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	93
Lampiran 10. Hasil Output Analisis Deskriptif (<i>Mean</i>)	94
Lampiran 11. Hasil Output Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 12. Hasil Output Uji Hipotesis	96
Lampiran 13. Hasil Cek Plagiasi Turnitin	97
Lampiran 14. Kartu Bimbingan Skripsi	98
Lampiran 15. Surat Pernyataan Orisinalitas	99

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.

