



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL WULING ALMAZ DI JABODETABEK**

**AHMAD ALWI 2010111245**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL WULING ALMAZ DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**AHMAD ALWI 2010111245**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ahmad Alwi

NIM : 2010111245

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 21 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Ahmad Alwi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Alwi  
NIM : 2010111245  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Wuling Almaz di Jabodetabek**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Ahmad Alwi)

SKRIPSI


PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL WULING ALMAZ DI JABODETABEK

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

AHMAD ALWI 2010111245

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 21 Desember 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D  
Ketua Penguji



Lina Aryani, SE., MM.

Penguji I



Drs. Nobelson, MM., CPM  
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayati, SE., MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Desember 2023

***Influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth, and Price on  
Purchase Intention In Wuling Almaz Car Products in Jabodetabek***

***By Ahmad Alwi***

***Abstract***

*Vehicles have now become a necessity for society in carrying out daily activities, especially four-wheeled vehicles, this has encouraged companies to compete in making the best car for the company. This research was conducted with the aim of analyzing the influence of product quality, electronic word of mouth, and price on purchase intention in Wuling Almaz car products in Jabodetabek. This research is quantitative research and the sample that has been determined is people who are active in the Jabodetabek area with a sample size of 100 respondents. The sampling technique was carried out using non-probability sampling with a purposive sampling method. Data was collected using a questionnaire and analysis was carried out using the SmartPLS 4.0 application. The results of this research show that: (1) Product quality has a significant and positive effect on purchase intention, (2) electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchase intention, and (3) price has no significant effect on purchase intention.*

***Keywords:*** *product quality, electronic word of mouth, price, purchase intention*

# **Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Wuling Almaz di Jabodetabek**

**Oleh Ahmad Alwi**

## **Abstrak**

Kendaraan saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-hari terutama kendaraan roda empat, hal ini mendorong perusahaan berlomba-lomba dalam membuat mobil yang terbaik bagi perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan harga terhadap minat beli pada produk mobil Wuling Almaz di Jabodetabek. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan sampel yang telah ditentukan yaitu masyarakat yang beraktivitas di daerah Jabodetabek dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan analisis dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli, (2) *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan (3) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci:** kualitas produk, *electronic word of mouth*, harga, minat beli



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Kamis, 21 Desember 2023:  
Nama : Ahmad Alwi  
No.Pokok Mahasiswa : 2010111245  
Program : Manajemen S.1

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI MOBIL WULING ALMAZ DI JABODETABEK

Dinyatakan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~\***)

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D	Ketua	1.
2	Lina Aryani, SE., MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM., CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.



## PRAKATA

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan seminar proposal yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Wuling Almaz di Jabodetabek**”. Laporan seminar proposal ini merupakan salah satu syarat sebelum melakukan ujian skripsi dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan.

Dalam penyelesaian laporan seminar proposal ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak dan kerjasama dari pihak lain yang ikut membantu dan memberikan dukungan. penulis ucapkan terima kasih yang ditujukan kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’Ala atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
4. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana UPN Veteran Jakarta.
5. Bapak Drs. Nobelson, MM.,CPM selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.
6. Ibu Dra. Dahlia Pinem, MM. selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa mendukung dan memberikan arahan untuk kelancaran proses penulisan usulan penelitian ini.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa dan motivasi untuk kelancaran proses penulisan usulan penelitian ini.
8. Diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Peneliti pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 21 Desember 2023

Ahmad Alwi

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
<i>Abstract</i> .....	vi
Abstrak.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.2 Minat Beli.....	12
2.1.3 Kualitas Produk .....	14
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	15
2.1.5 Harga.....	17

<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Model Penelitian Empiris .....</b>	<b>29</b>
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	29
2.3.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....	29
2.3.3 Harga terhadap Minat Beli .....	30
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>30</b>

## **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>31</b>
3.1.1 Definisi Operasional .....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	32
<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>33</b>
3.2.1 Populasi .....	33
3.2.2 Sampel .....	33
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>34</b>
3.3.1 Jenis Data .....	35
3.3.2 Sumber Data .....	35
3.3.3 Pengumpulan Data .....	35
<b>3.4 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	37
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial .....	39
3.4.3 Uji Validitas .....	44
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	44
3.4.5 Uji R Square (Koefisien Determinasi) .....	45
3.4.6 Uji Q Square .....	45
3.4.7 Uji Hipotesis .....	45

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>47</b>
4.1.1 Wuling Almaz .....	47
<b>4.2 Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>48</b>
4.2.1 Deskripsi Data Responden .....	49
<b>4.2.2 Analisis Data Deskriptif .....</b>	<b>53</b>

<b>4.3 Analisis Inferensial .....</b>	<b>58</b>
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	58
4.3.2 Model Struktural (Inner Model).....	63
4.3.3 Uji Hipotesis .....	65
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>67</b>
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	67
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli</i> .....	69
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	71
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>74</b>
<b>5.2 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>75</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Total Penjualan Medium SUV bulan Maret 2023 di Indonesia .....	3
Tabel 2 Perbandingan Harga Wuling Almaz dengan Honda CRV .....	8
Tabel 3 Matriks Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 4 Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 5 Skala Pengukuran Likert .....	36
Tabel 6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	36
Tabel 7 Interpretasi Nilai Indeks .....	39
Tabel 8 Langkah-Langkah PLS.....	40
Tabel 9 Karakteristik Responden Menurut Domisili .....	49
Tabel 10 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	50
Tabel 11 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	51
Tabel 12 Karakteristik Responden Menurut Usia .....	51
Tabel 13 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan .....	52
Tabel 14 Indeks Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli .....	53
Tabel 15 Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	54
Tabel 16 Indeks Tanggapan Responden Terhadap Electronic Word of Mouth .....	55
Tabel 17 Indeks Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	57
Tabel 18 Hasil Output Outer Loadings Factor .....	59
Tabel 19 Average Variance Extracted.....	60
Tabel 20 Cross Loading .....	61
Tabel 21 Cronbach's Alpha.....	62
Tabel 22 Composite Reliability.....	63
Tabel 23 Nilai R-Square.....	64
Tabel 24 Q-Square.....	65
Tabel 25 Path Coefficients .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Jumlah Mobil di Indonesia 10 Tahun Terakhir (2012-2022) .....	2
Gambar 2 Ulasan Positif Pengguna Tentang Wuling Almaz.....	5
Gambar 3 Ulasan Negatif Pengguna Tentang Wuling Almaz.....	6
Gambar 4 Perbandingan Penjualan Wuling Almaz dengan Honda CRV .....	7
Gambar 5 Model Penelitian .....	30
Gambar 6 Inner Model.....	41
Gambar 7 Outer model.....	42
Gambar 8 Kerangka Model Penelitian.....	43
Gambar 9 Outer Model .....	58
Gambar 10 Inner Model.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Review Pengguna Wuling Almaz.....	89
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner.....	91
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden.....	102
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	104
Lampiran 6 Hasil Output SmartPLS 4.0.....	106
Lampiran 7 Hasil Turnitin Skripsi.....	111