

**PENGARUH PROMOSI MULUT KE MULUT, KUALITAS
PRODUK DAN KEUNIKAN PRODUK DALAM
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
MEMILIH ELOK BRIDAL**

SKRIPSI

WANTALANGI SHANIA MARIA

17042059



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE
MANADO
2021**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI MULUT KE MULUT, KUALITAS
PRODUK DAN KEUNIKAN PRODUK DALAM
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
MEMILIH ELOK BRIDAL**

SKRIPSI

WANTALANGI SHANIA MARIA

17042059

Diajukan sebagai syarat dalam pembimbingan Skripsi pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik De La Salle Manado

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI MULUT KE MULUT, KUALITAS PRODUK DAN KEUNIKAN PRODUK DALAM BERWIRAUSAHA TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMILIH ELOK BRIDAL

WANTALANGI SHANIA MARIA

17042059


Telah memenuhi persyaratan untuk diujikan

Pembimbing 1



Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.)

Pembimbing 2

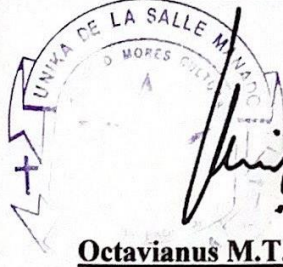


Joseph J.A. Turambi, S.E., M.Sc.

Manado, 2 Agustus 2021

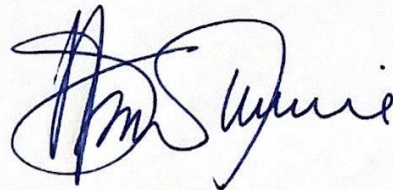
Universitas Katolik De La Salle Manado

Dekan Fakultas Ekonomi



Octavianus M.T. Muaja, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen



Loureine P. Sumual, S.E., M.F.M.

LEMBAR LEGALISIR

PENGARUH PROMOSI MULUT KE MULUT, KUALITAS PRODUK DAN KEUNIKAN PRODUK DALAM BERWIRSAUSAHA TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMILIH ELOK BRIDAL

WANTALANGI SHANIA MARIA

17042059

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan dewan penguji

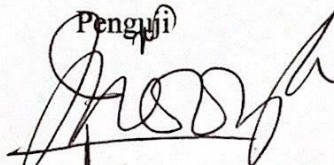
Pada 2 Agustus 2021

Pembimbing

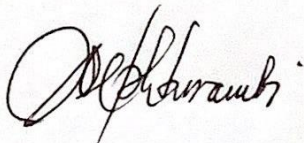


Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.)

Penguji



Merry J. Korompis, S.E., M.M.



Joseph J.A. Turambi, S.E., M.Sc.



Ch. Adrie P. Koleangan, S.E., M.M. CSCA,CRA

Skripsi ini telah diterima sebagai pemenuhan

untuk mendapatkan Gelar Sarjana

Pada 2 Agustus 2021

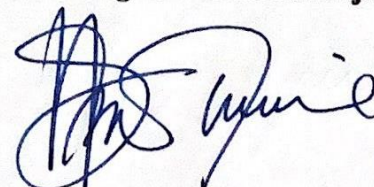
Disetujui oleh



Dekan Fakultas Ekonomi

Octavianus M.T. Muaja, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen



Loureine P. Sumual, S.E., M.F.M.

ABSTRACT

Wantalangi, S. M., 2021. The Influence of Word of Mouth, Product Quality, and Product Uniqueness in Entrepreneurship Towards Customer's Decision to Choose Elok Bridal. (Tandaju T. and Turambi J.)

The growth of MSMEs in Indonesia, especially in North Sulawesi, is growing every year, the more MSMEs, the more competitors will appear. For that, we need the right strategy to be able to win in the competition to influence customer decisions. Word of mouth promotion is one of the strategies that can be used, and business actors must also maintain the quality of their products. Don't forget to add the uniqueness of the product so that it can attract more customers' attention to the products we have. The purpose of this study was to determine the effect of the independent variables namely word of mouth promotion (X1), product quality (X2), and product uniqueness (X3) in entrepreneurship on the dependent variable, namely customer decisions (Y) at Elok Bridal. This type of research is a quantitative study with a population of all customers who have used bridal services and sewing services at Elok Bridal. While the samples were taken based on the determination of the sample with the Slovin formula so that a total of 95 respondents were obtained, with the sampling technique being a simple random sampling technique. Data were collected using questionnaires distributed to respondents via *Google Form* and observation during practical work. Based on the results of data analysis, word of mouth, product quality, and product uniqueness in entrepreneurship have a significant effect on customer decisions to choose Elok Bridal. And these three variables simultaneously have a significant effect on the customer's decision to choose Elok Bridal.

Keywords: *Word of Mouth, Product Quality, Product Uniqueness, Customer's Decision*

ABSTRAK

Wantalangi, S. M., 2021. Pengaruh Promosi Mulut ke Mulut, Kualitas Produk dan Keunikan Produk Dalam Berwirausaha Terhadap Keputusan Pelanggan Memilih Elok Bridal. (Tandaju T. and Turambi J.)

Pertumbuhan UMKM di Indonesia khususnya di Sulawesi Utara mengalami perkembangan tiap tahunnya, semakin banyak UMKM maka semakin banyak pesaing yang muncul. Untuk itu dibutuhkan strategi yang pas untuk dapat menang dalam persaingan untuk mempengaruhi keputusan pelanggan. Promosi mulut ke mulut merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan, dan juga pelaku usaha harus tetap menjaga kualitas produk yang dimiliki. Tidak lupa juga untuk menambahkan keunikan produk sehingga dapat lebih menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang kita miliki. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yakni promosi mulut ke mulut (X1), kualitas produk (X2), dan keunikan produk (X3) dalam berwirausaha terhadap variabel dependen yakni keputusan pelanggan (Y) pada Elok Bridal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi yakni seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa bridal dan jasa menjahit di Elok Bridal. Sedangkan sampel yang diambil berdasarkan penentuan sampel dengan rumus Slovin sehingga total yang didapatkan sebanyak 95 responden, dengan teknik pengambilan sampel yakni teknik sampling acak sederhana. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui *Google Form* serta observasi selama kerja praktek. Berdasarkan hasil analisis data, bahwa faktor mulut ke mulut, kualitas produk, dan keunikan produk dalam berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan memilih Elok Bridal. Dan ketiga variabel ini secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan memilih Elok Bridal

Kata Kunci: Promosi Mulut ke Mulut, Kualitas Produk, Keunikan Produk, Keputusan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat tuntunan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Mulut ke Mulut, Kualitas Produk, dan Keunikan Produk dalam Berwirausaha Terhadap Keputusan Pelanggan Memilih Elok Bridal”. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi sarjana strata 1 (satu) di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti berterima kasih terhadap pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, memotivasi, serta mendoakan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Johanis Ohoitumur, MSC selaku Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado;
2. Octavianus M.T. Muaja, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado;
3. Christoforus A.P. Koleangan, S.E., M.M. CSCA, CRA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado dan Dosen Penguji Skripsi 3;
4. Loureine P. Sumual, S.E., M.F.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado;

5. Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.) selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, serta mengajari saya selama penelitian skripsi ini dan juga sebagai Dosen Penguji Skripsi I selama ujian skripsi;
6. Merry J. Korompis, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji Skripsi II yang telah menguji serta memberikan revisi untuk penelitian ini;
7. Joseph J.A. Turambi, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II serta Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu dan membimbing selama kuliah, terlebih khusus selama penelitian;
8. Keluarga tercinta yakni Mama, kakak Gladys, dan kakak Kevin yang tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan dalam menempuh pendidikan. Tidak lupa juga kepada Alm. Ayah yang sudah membesarkan sehingga bisa menjadi seperti sekarang ini;
9. Kepada Elok Bridal, terlebih khusus kepada *owner* Ibu Stella Pomohon serta para karyawan yang telah memberi kesempatan dan bersedia menerima peneliti dengan senang hati untuk melaksanakan penelitian di Elok Bridal;
10. Kepada sahabat-sahabat “Prampung Nimau Rugi” yakni Vivi, Regina, Maria, dan Shalom yang selalu ada untuk mendukung serta membantu peneliti selama proses perkuliahan;
11. Kepada “Teruntuk Para Baginda” yakni Rey, Pascal, dan Jolio yang selalu membantu memberikan motivasi;
12. Kepada Gods yang selalu ada untuk membantu memberikan motivasi serta memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini;
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu per satu, yang sudah membantu dalam proses penulisan laporan kerja praktek ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan serta ketidaksesuaian kalimat. Meskipun demikian, peneliti berkenan menerima kritik dan saran yang membangun. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Manado, 14 Juli 2021

Peneliti

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI MULUT KE MULUT, KUALITAS PRODUK
DAN KEUNIKAN PRODUK DALAM BERWIRAUSAHA TERHADAP
KEPUTUSAN PELANGGAN MEMILIH ELOK BRIDAL

Saya yang menandatangani pernyataan ini menyatakan bahwa skripsi ini: Benar-benar karya asli saya. Dalam skripsi ini tidak terdapat sebagian atau keseluruhan orang lain, tulisan dan pendapat yang saya akui sebagai tulisan saya. Ketika saya menggunakan tulisan dan pendapat orang lain dengan mengutip secara implisit dan eksplisit, saya telah mengenali dan menunjukkan sumber asalnya. Jika skripsi yang saya tulis ini terbukti sebagai plagiarisme, saya akan menanggung segala konsekuensi yang diberikan kepada saya, termasuk pencabutan gelar dan sertifikat.

Manado, 2 Agustus 2021

Keaslian Skripsi



Wantalangi Shania Maria

Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.)

Penguji 1, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji

Merry J. Korompis, S.E., M.M.

Penguji 2, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji

Ch. Adrie P. Koleangan, S.E., M.M. CSCA, CRA

Penguji 3, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR LEGALISIR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II: TELAAH PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

2.1	Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Teori Dasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Promosi Mulut ke Mulut.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Keunikan Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Keputusan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.4	Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III: METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Daerah dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Metode Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4	Jenis Data Yang Digunakan dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Jenis Data Yang Digunakan.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.

3.7	Uji Validitas Data	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.9	Definisi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.10	Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.11	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.11.1	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.11.2	Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.11.3	Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.12	Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
3.13	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.13.1	Uji T (Uji Parsial)	Error! Bookmark not defined.
3.13.2	Uji F (Uji Simultan).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV: PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Deskripsi Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Sejarah tentang Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.3	Proses dan Hasil Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.	Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.

4.3.2	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda ...	Error! Bookmark not defined.
4.3.5	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
4.3.7	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.4	Diskusi	Error! Bookmark not defined.
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Ringkasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian...	Error! Bookmark not defined.
5.4	Implikasi Pada Teori Manajemen	Error! Bookmark not defined.
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.6	Saran/Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Model Proses Pengambilan Keputusan	20
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Logo Elok Bridal	39
Gambar 4.2 Histogram	49
Gambar 4.3 P-Plot	49
Gambar 4.4 Scatterplot	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Jumlah Pelanggan Elok Bridal Januari 2020 – Januari 2021	27
Tabel 3.2 Skala Pernyataan Responden	30
Tabel 3.3 Definisi Variabel Operasional.....	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	44
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Terakhir kali Mengunjungi dan Menggunakan Elok Bridal	45
Tabel 4.6 Uji Validitas	45
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.8 Koefisien	47
Tabel 4.9 <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	50
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11 Tabel Signifikansi Variabel	52
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.13 Uji T	54
Tabel 4.14 Uji F	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data.....	69
Lampiran 2: Data Jumlah Persentase UMKM di Sulawesi Utara Tahun 2017...	70
Lampiran 3: Jangka Waktu Penelitian	71
Lampiran 4: Anggaran Penelitian	72
Lampiran 5: Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 6: Hasil Tabulasi Data Responden.....	78
Lampiran 7: Tabel R	82
Lampiran 8: Tabel T.....	85
Lampiran 9: Tabel F.....	88

