

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL
DI PT. PODO MAKMUR SEJATI SURABAYA

SKRIPSI



OLEH :

ANANDA FAIQOTUR RIZKA

NIM : 20191221062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2023

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL
DI PT. PODO MAKMUR SEJATI SURABAYA

Diajukan guna memenuhi
Salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



OLEH :

ANANDA FAIQOTUR RIZKA

NIM : 20191221062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ananda Faiqotur Rizka

Nim : 20191221062

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan karya sendiri bukan hasil plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Apabila dikemudian hari terbukti hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 25 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ananda Faiqotur Rizka

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL
DI PT. PODO MAKMUR SEJATI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

ANANDA FAIQOTUR RIZKA

NIM : 20191221062

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.



21 Juni 2023

2. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM



26 Juni 2023

Mengetahui,

Dekan,

Ketua

Program Studi,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Rina Marefasari, SM., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL
DI PT. PODO MAKMUR SEJATI SURABAYA**

**Nama : ANANDA FAIQOTUR RIZKA
NIM : 20191221062**

**Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/Tanggal : Kamis / 20 Juli 2023
Pukul : 09.30 WIB sampai dengan 11.00 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari


Ketua Penguji


Dr. Siti Maro'ah, M.Pd.

Anggota I


Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Anggota II


Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM

Mengetahui,

Dekan,


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua

Program Studi,


Rina Maretasari, SM., M.SM.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sandal di PT. Podo Makmur Sejati”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Komprehensif guna untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulis menyadari dapat terselesaikannya skripsi ini tepat waktu karena adanya motivasi, bantuan, arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak.

Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Rina Maretasari, SM., M.SM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M.Kes selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama melakukan penulisan skripsi ini.

6. Bapak Ali Imaduddin Futuwah S.Sos., M.SM selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
7. Keluarga besar PT. Podo Makmur Sejati yang telah memberikan izin lokasi untuk melakukan penulisan skripsi ini.
8. Kedua Orang tua yang telah memberikan motivasi serta dukungan selama kuliah di prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
9. Teman seperjuangan dan para sahabat atas motivasi yang diberikan selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga menjadi amal kebaikan Saudara dan Tuhan Allah SWT membalas dengan kenikmatan yang berlipat ganda dan melimpah ruah. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti lain khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

Surabaya, 21 Februari 2023

Penulis

Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12

A. Landasan Teori	12
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konsep dan Model Analisis	37
D. Hubungan Antar Variabel	39
E. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Definisi Operasional Variabel	42
C. Populasi dan Teknik Sampling	45
D. Objek/Lokasi dan Waktu Penelitian	47
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	47
F. Uji Instrumen	48
G. Teknik Pengolahan Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Uji Instrumen	55
B. Kondisi Objektif Perusahaan (profil Perusahaan).....	57
C. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	59
D. Hasil Uji Hipotesis	69
E. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	85

A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	96

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Daftar Harga Sandal.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Uji Validitas	55
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.3 Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.4 Frekuensi Berdasarkan Asal Kota.....	61
Tabel 4.5 Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Frekuensi Berdasarkan Lama Mengenal.....	63
Tabel 4.7 Frekuensi Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembelian.....	64
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Word Of Mouth	65
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Harga.....	66
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.15 Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4.16 Uji T	75
Tabel 4. 17 Uji F	76
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi (R2)	77

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Penjualan PT. Podo Makmur Sejati.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pembeli PT. Podo Makmur Sejati	3
Gambar 1.3 Daftar Barang yang Terjual.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 2.2 Model Analisis	38
Gambar 4.1 Struktur PT. Podo Makmur Sejati.....	58

Daftar Lampiran

Lampiran 1. SK Dospem.....	97
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	98
Lampiran 3. Surat Balasan Izin Penelitian.....	99
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi.....	100
Lampiran 5. Surat Keterangan Bukti Bebas Plagiasi.....	102
Lampiran 6. Endorsement Letter	103
Lampiran 7. Lembar Perbaikan Skripsi	104
Lampiran 8. Kuisisioner	105
Lampiran 9. Tabulasi Data.....	108
Lampiran 10. Hasil Karakteristik Responden	112
Lampiran 11. Uji Instrumen.....	114
Lampiran 12. Uji Asumsi Klasik	118
Lampiran 13. Uji Hipotesis.....	119
Lampiran 14. Tabel T.....	121
Lampiran 15. Tabel F.....	122

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arief, Andi M. 2022. *Proyeksi Industri Alas Kaki*. Diakses pada Desember 2022. <https://katadata.co.id/intannirmala/berita/61dbd8d165f16/asosiasi-proyeksi-industri-alas-kaki-2022-bakal-normal-dengan-syarat>.
- Babin, Barry. 2015. *Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage In Korea*. The Journal of Service Marketing, Vol. 19 No. 3.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). *Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>.
- Effendi, M Guntur. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*. Jakarta : Sagung Seto.
- Emprints. Contoh lampiran. Diakses pada Desember 2022. <http://eprints.umpo.ac.id/6842/11/Lampiran.pdf>.
- Esaunggul. Contoh lampiran. Diakses pada Desember 2022. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-5107-Lampiran.pdf>.

- Fatihudin, D. 2015. *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo : Zifatama Publisher.
- Febria, W. 2018. Diakses pada Februari 2023.
<http://repository.radenfatah.ac.id/4757/9/LAMPIRAN.pdf>.
- Firmansyah, M. A. dan Fatihudin, D. 2017. *Globalisasi Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Gaspersz, V. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hintze, Stephanie. (2015). *Value Chain Marketing*. Springer : London.
- Hestanto. *Pengertian Keputusan pembelian*. Diakses pada April 2023.
<https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>.
- Ireappos. *Pengertian produk menurut para ahli*. Riset Internet.
<https://www.ireappos.com/news/id/pengertian-produk-menurut-para-ahli/>
- Juran, J. M. 1998. *Quality Planning and Analysis*. Singapore: McGraw-Hill International Edition.
- Kamus Tokopedia. Diakses pada Januari 2023.
<https://kamus.tokopedia.com/h/harga/>.
- Kompas. 2021. *Apa itu Pemasaran*. Diakses pada Januari 2023.
<https://money.kompas.com/read/2021/10/08/160741926/apa-itu-pemasaran-definisi-jenis-fungsi-dan-contohnya?page=all>.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* Edisi Revisi Jilid I. Penerjemah, Benyamin Molan. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Keller K, L. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12* Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2019. *Marketing an Introduction*. Indonesia : Perason.
- Liputan 6. 2018. *Kenapa Perempuan lebih jago bisnis ketimbang pria?*. Diakses pada Juli 2023. https://www.liputan6.com/bisnis/read/3651182/kenapa-perempuan-lebih-jago-bisnis-ketimbang-pria#google_vignette
- Lotulung, S. C., Lapian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh kualitas produk. In *Jurnal EMBA* (Vol. 817, Issue 3).
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- M Rattu, R. M., Mandey, S. L., Ch Kawet, R., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (1476). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Laptop Pada Toko Gamers Gear Manado The Effect Product Quality, Price And Word Of Mouth On Interest In Buying Laptops At Manado Gamers Gear Store. Jurnal EMBA, 10(1), 1476–1485.*

- Maharani, S. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ufo Elektronika Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 10 No. 6.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. v. (1077). *The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores*. In *Jurnal EMBA (Vol. 9, Issue 3)*.
- Mulyono. 2019. *Analisis Uji Asumsi Klasik*. Diakses pada Januari 2023. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Meiryani. 2021. *Memahami Uji T dalam Regresi Linear*. Diakses pada Januari 2023. [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20T%20\(Test%20T\)%20adalah,signifikan%20\(Sudjiono%2C%202010\).](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20T%20(Test%20T)%20adalah,signifikan%20(Sudjiono%2C%202010).)
- Meiryani. 2021. *Memahami koefisien determinasi dalam Regresi Linear.. Riset Internet*. [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20\(R2,mendekati%201%2C%20artinya%20variabel%20independen](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20(R2,mendekati%201%2C%20artinya%20variabel%20independen)
- Nurchahyo, B. 2018. *Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion*. Jurnal Nusamba (Vol.3 No. 1).

- Nurmalita, A. A. (2020). *Kuisisioner Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Nuriyah, S., Ekonomi, F., Universitas, B., Gresik, M., Alamat,), & Suriyanto, M. A. (2022). *Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah Program Studi Manajemen SI (Vol. 2, Issue 1)*.
- Prasastono, N., dan Pradapa, S. Y. 2012. *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*. *Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2.
- Prayogi, D. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 8 No. 5.
- Rohmat, B. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna layanan Indosat Ooredoo di Kota Magelang)* .
- Riadi, Muchlisin. 2020. *Kualitas Produk pengertian manfaat dimensi perspektif dan tingkatan*. Diakses pada Januari 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>
- Riadi, Muchlisin. 2017. *Pengertian manfaat dan elemen word of mouth*. Diakses pada Januari 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-manfaat-dan-elemen-word-of-mouth-wow.html>

- Santosa, A. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung)*. 18(2), 143–158.
- Schiffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia, Edisi Kedua.
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sevilla, C. G. Et. Al. 2007. *Research Methods*. Quezon City : Rex Printing Company.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet.
- Sumardy. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyanto, S., dan Ernawaty. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Wikipedia. *Pengertian produk*. Diakses pada Desember 2022.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Produk>

Zoho, survey. Diakses pada Juni 2023. <https://www.zoho.com/survey/margin-of-error.html>