

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

SKRIPSI



Oleh:

SAMIYYAH AHMAD S.

20201221004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**OLEH :
SAMIYYAH AHMAD S.
20201221004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Samiyyah Ahmad S.

NIM : 20201221004

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik Sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 26 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



(Samiyyah Ahmad S.)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

Diajukan Oleh :

SAMIYYAH AHMAD S.

20201221004

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing.

1. M. Alhakim Danurwindo, S.E., M.M., CMA

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

Tanda Tangan

Tanggal

**12 NOV
2025**

**13 NOV
2025**

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Mochamad Mochlas, S.Si, MM

Dr. Dwi Songo Panggayudi, ST, MM

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

Nama : Samiyah Ahmad S.

NIM : 20201221004

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Rabu / 03 Desember 2025

Pukul : 14.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB

Tim Dosen Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA

Anggota I



M. Albakim Danurwindo, S.E., M.M., CMA

Anggota II



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

Mengetahui



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM

Ketua Program Studi



Dr. Dwi Songo Pangayudi, ST, MM

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

Samiyyah Ahmad S

Prodi Manajemen, FEB, Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail: samiyyah.ahmad.s-2020@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, *brand image* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa PT. Happy Wedding Service (HWS Production) di Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan desain survei melalui kuesioner kepada 51 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *brand image* tidak berpengaruh signifikan, sedangkan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pada pengguna HWS Production.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Brand Image, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian, HWS Production*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA JASA PT. HAPPY WEDDING SERVICE (HWS PRODUCTION)

Samiyyah Ahmad S

Management Study Program, FEB, Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail: samiyah.ahmad.s-2020@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, brand image, and word of mouth on purchase decisions among customers of PT. Happy Wedding Service (HWS Production) in Surabaya. The research used an associative quantitative approach using a survey design, with data collected through questionnaires distributed to 51 respondents. The results indicated that service quality and brand image have no significant effect on purchase decisions, while word of mouth exerts a significant influence. Simultaneously, the three variables collectively have a significant effect on the purchase decisions of HWS Production service users.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, Word Of Mouth, Purchase Decision, HWS Production*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sang pemberi cahaya ilmu bagi umatnya atas berkah dan rahmat yang senantiasa tercurahkan. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW atas syafaatnya yang senantiasa mengalir bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, mohon ijin untuk menyampaikan ucapan terimakasih, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns, M.Kep., FISQua, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST, MM, selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah mengizinkan penulis untuk menyusun Skripsi dan mengarahkan pada judul topik ini.
4. M. Alhakim Danurwindo, S.E., M.M., CMA, sebagai Dosen Pembimbing I dengan sukarela dan ikhlas memberi arahan dalam penyusun Skripsi ini.
5. Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA, sebagai Dosen Pembimbing II atas bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kak Anisah AlKaff, S.H., selaku Owner PT. Happy Wedding Servive (HWS Production) atas izin, kesempatan, dan data yang diberikan untuk penelitian.
7. Umma (Dra. Umi Kalsum) dan Kakak penulis (Salama Ahmad S., S.Pd) yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Widevio A.S. Lessy, S. Pt., yang selalu memberikan dukungan, motivasi, arahan dan juga sebagai penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Oom Fahmi, Tante Peni, Adek Riza, dan Adek Akbar, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Ustadz dan Ustadzah BTQ Hasanah, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Afifa Aulia, yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sekar Gading Faradiba selaku teman seperjuangan yang selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman – teman Manajemen yang memberi semangat hingga dapat diselesaikannya penulisan Skripsi ini.

Besar harapan semoga Skripsi ini bermanfaat khususnya bagi teman – teman mahasiswa FEB dan masyarakat pada umumnya.

Surabaya, 20 Oktober 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran Jasa	9
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Kualitas Pelayanan.....	15
4. Brand Image.....	17
5. Word Of Mouth (WOM).....	21
6. Keputusan Pembelian	24
7. Wedding Organizer	30
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir dan Model Analisis.....	33
D. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Definisi Operasional Variabel	36
C. Populasi dan Teknik Sampling.....	40
1. Populasi.....	40
2. Teknik Sampling	40
D. Objek/lokasi dan Waktu Penelitian	41
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	42
F. Uji Instrumen	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	43
G. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Asumsi Klasik.....	44
2. Analisis Data.....	45
3. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Uji Instrumen Data	50
1. Uji Validitas	50
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
C. Deskripsi dan Hasil Penelitian	54
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
2. Distribusi variabel penelitian	57
D. Hasil Uji Analisis Data.....	61
1. Uji Asumsi Klasik.....	61
2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
3. Uji Hipotesis	65
E. Pembahasan Hasil Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator</i>	36
<i>Tabel 3. 2 Populasi Pengguna Jasa HWS Production</i>	40
<i>Tabel 3. 3 Skala Pengukuran</i>	42
<i>Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas</i>	51
<i>Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas</i>	52
<i>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	55
<i>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	55
<i>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	55
<i>Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan</i>	56
<i>Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Sebanyak</i>	56
<i>Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa HWS</i>	57
<i>Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan</i>	58
<i>Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image</i>	58
<i>Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Word of Mouth</i>	59
<i>Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image</i>	60
<i>Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas</i>	61
<i>Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas</i>	63
<i>Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda</i>	64
<i>Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial</i>	66
<i>Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan</i>	67
<i>Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi</i>	69

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....</i>	<i>28</i>
<i>Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual</i>	<i>33</i>
<i>Gambar 2. 3 Model Analisis</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 4. 1 Logo HWS Production</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 4. 2 Stuktur Organisasi</i>	<i>49</i>
<i>Gambar 4. 3 Hasil Grafik Uji Normalitas</i>	<i>62</i>
<i>Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas</i>	<i>64</i>

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 SK Dosen Pembimbing</i>	82
<i>Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian Skripsi</i>	83
<i>Lampiran 3 Surat Balasan Ijin Penelitian</i>	84
<i>Lampiran 4 Kartu Bimbingan Proposal Skripsi</i>	85
<i>Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi</i>	86
<i>Lampiran 6 Keterangan Bukti Plagiasi</i>	87
<i>Lampiran 7 Endorsement Letter</i>	88
<i>Lampiran 8 Lembar Perbaikan Skripsi</i>	89
<i>Lampiran 9 Kuesioner Penelitian</i>	90
<i>Lampiran 10 Bukti Testimoni Pengguna</i>	93
<i>Lampiran 11 Tabulasi Data Identitas Responden Uji Instrumen</i>	94
<i>Lampiran 12 Tabulasi Data Variabel Uji Instrumen</i>	96
<i>Lampiran 13 Tabulasi Data Identitas Responden</i>	97
<i>Lampiran 14 Tabulasi Data Variabel</i>	99
<i>Lampiran 15 Hasil Karakteristik Responden</i>	100
<i>Lampiran 16 Hasil Jawaban Responden</i>	103
<i>Lampiran 17 Hasil Uji Validitas</i>	108
<i>Lampiran 18 Hasil Uji Reliabilitas</i>	110
<i>Lampiran 19 Hasil Regresi Linear Berganda</i>	111
<i>Lampiran 20 Hasil Uji Normalitas</i>	111
<i>Lampiran 21 Hasil Uji Multikolinearitas</i>	111
<i>Lampiran 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas</i>	112
<i>Lampiran 23 Hasil Uji Parsial (Uji t)</i>	112
<i>Lampiran 24 Hasil Uji Simultan (Uji f)</i>	112
<i>Lampiran 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi</i>	113
<i>Lampiran 26 Tabel r</i>	114
<i>Lampiran 27 Tabel t</i>	115
<i>Lampiran 28 Tabel f</i>	116