

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DI KABUPATEN KERINCI

SKRIPSI



OLEH :
FRENI ARNIA
1710011211067

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : FRENI ARNIA
NPM : 17100112110067
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Kabupaten Kerinci.

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 11 Februari 2022.

Pembimbing


Zeshasina Rosha, S.E., M.Si

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara yang tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Padang, 04 Februari 2022

Penulis

Freni Arnia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.1.2 Tahap – tahap Keputusan Pembelian	10
2.1.1.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	14
2.1.2.3 Pengukuran Kualitas Produk.....	17
2.1.3.1 Pengertian Harga	19
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	20
2.1.4 Word of Mouth	22
2.1.4.1 Pengertian Word of Mouth	22

2.1.4.2 Pentingnya Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2 Pengembangan Hipotesis	25
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.2.3 Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Kerangka Konseptual	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.2.1 Populasi Penelitian	30
3.2.2 Sampel Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1 Keputusan Pembelian	32
3.5.2 Kualitas Produk.....	32
3.5.3 Harga	33
3.5.4 Word of Mouth.....	33
3.6 Pengukuran Instrumen.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.7.1.1 Uji Validitas.....	35
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.3.1 Uji Normalitas	38
3.7.3.2 Uji Linearitas	38
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas	39
3.7.3.4 Uji Heteroskedastisitas	39
3.7.4 Koefisien Determinasi	40
3.7.5 Uji Hipotesis	40
3.7.5.1 Uji F	41
3.7.5.2 Uji T	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Response Rate	42
4.1.2 Profil Responden	43
4.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas	45
4.1.3.1 Keputusan Pembelian	45
4.1.3.2 Kualitas Produk	47
4.1.3.3 Harga.....	48
4.1.3.4 Word of Mouth	49
4.1.4 Analisis Deskriptif	50
4.1.4.1 Keputusan Pembelian	50
4.1.4.2 Kualitas Produk	52
4.1.4.3 Harga.....	53
4.1.4.4 Word of Mouth	55
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.5.1 Uji Normalitas	56
4.1.5.2 Uji Linearitas	58
4.1.5.3 Uji Multikolinieritas	58
4.1.5.4 Uji Heteroskedastisitas	59
4.1.6 Koefisien Determinasi	61
4.1.7 Uji Hipotesis	62
4.1.7.1 Uji F	62
4.1.7.1 Uji T	63
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelia	64
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.3 Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	67

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2. Implikasi Praktis.....	69
5.3 Keterbatasan dan Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toyota Kijang Innova dari Tahun 2015 s/d 2020	3
Tabel 1.2 Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Kerinci	4
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen	34
Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR)	36
Tabel 4.1 Response Rate	41
Tabel 4.2 Profil Responden	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Harga	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Word of Mouth	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga	54
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.17 Hasil Uji F	62
Tabel 4.18 Hasil Uji T	63
Tabel r Product Moment	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	76
Lampiran II Tabulasi Data	80
Lampiran III Profil Responden	90
Lampiran IV Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	92
Lampiran V Analisis Deskriptif	96
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	100
Lampiran VII Uji Hipotesis	105

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG
INNOVA DI KABUPATEN KERINCI**

Freni Arnia, Zeshasina Rosha
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
E-mail: freniarnia2498@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova di Kabupaten Kerinci. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang membeli Mobil Toyota Kijang Innova di Kabupaten Kerinci. Teknik pengambilan sampel adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Data diolah menggunakan program SPSS 16.0. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Kabupaten Kerinci. *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Kabupaten Kerinci.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price and word of mouth on purchasing decisions for Toyota Kijang Innova in Kerinci Regency. This research is a quantitative research and uses primary data obtained from questionnaires. The population of this research is people who buy Toyota Kijang Innova in Kerinci Regency. The sampling technique was probability sampling with a total sample of 80 respondents. The data was processed using the SPSS 16.0 program. The results of the study indicate that product quality and price partially have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Toyota Kijang Innova in Kerinci Regency. Word of mouth has no effect on purchasing decisions for Toyota Kijang Innova in Kerinci Regency.