

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH  
COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEBEL PADA CV.KARYA GUNA**

**( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

SKRIPSI

OLEH :

AGUNG RAMDHANI  
211000160



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH  
COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEBEL PADA CV.KARYA GUNA**

**( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

SKRIPSI

OLEH :

AGUNG RAMDHANI  
211000160



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI STRATA-I MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA CV.KARYA GUNA**

**( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Agustus 2015

**Agung Ramdhani**

NPK 211000160

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH  
COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEBEL PADA CV.KARYA GUNA  
( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Gatot Prabantoro, SE, MM. Dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 13 Agustus 2015

Menyetujui  
Pembimbing,

Mengetahui  
Kepala Program S-1 Manajemen,

Gatot Prabantoro, SE, MM.

Drs. Budiono, MSc.

## **PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH  
COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEBEL PADA CV.KARYA GUNA  
( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 16 September 2015 dengan nilai B.

Panitia Ujian Skripsi :

1. ....; Drs.. Budiono, M.Sc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
2. ....; Drs. Sumitro, M.Sc. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen.
3. ....; Gatot Prabantoro, SE, MM. Selaku Dosen pembimbing.
4. ....; Drs. Sumitro, M.Sc. (Anggota Penguji).
5. ....; Drs. Sudarmadji, M.Sc. (Anggota Penguji).

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, MSc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Untuk Kedua Orang tua, kaka dan adik yang telah memberikan dukungan moril dan materiil.
7. Untuk Budi, Tila, Yunita, Andry.k, Jumadi dan Lia selaku teman seperjuangan menyusun skripsi serta teman-teman kampus, Teddy, Kiki dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu semoga kita bisa wisuda bersama.
8. Saya berterima kasih banyak kepada teman saya Tomy Afriyanto yang telah mengajarkan dan membantu dalam proses menyusun skripsi
9. Saya berterima kasih banyak kepada teman saya Jumadi Abdullah karena telah membantu dalam memberikan informasi tentang perusahaan yang saya teliti.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi materi maupun cara penyajian Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.  
Amin.

Jakarta, 13 Agustus 2015

**Agung Ramdhani**

Agung Ramdhani

NPK 211000160

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Gatot Prabantoro, SE, MM.

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN  
WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEBEL PADA CV. KARYA GUNA  
( Studi kasus pada konsumen CV.Karya Guna Kalimalang Jakarta Timur )**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth communication terhadap keputusan pembelian mebel pada CV.Karya guna Kalimalang Jakarta Timur.

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda sebagai alat analisis, dengan menggunakan data primer melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk mebel CV.karya Guna dengan sampel sebanyak 65 orang

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth communication berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada CV.Karya Guna. (18.289>3,145) Hal ini menyatakan bahwa hipotesis pertama diterima. 2). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel. (2,435>1,669) Hal ini menyatakan bahwa hipotesis kedua diterima. 3). Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel. (3,188>1,669) Hal ini menyatakan bahwa hipotesis ketiga diterima.4). Word of mouth communication berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel. (2.709>1,699) Hal ini menyatakan bahwa hipotesis keempat diterima.

***Kata kunci : Keputusan pembelian, Kualitas produk, persepsi harga, word of mouth communication.***



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
SAMPUL DALAM .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK SKRIPSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Masalah Penelitian .....	1
1.1.1. Latar belakang masalah .....	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok .....	4
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok .....	5
1.2. Kerangka Teori .....	5
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian .....	5
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel .....	6
1.2.3. Hipotesis penelitian .....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
1.3.1. Tujuan penelitian .....	7
1.3.2. Kegunaan penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu ..	9
2.2. Landasan Teori .....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.1.1 Konsep pemasaran.....	13

2.2.2. Strategi pemasaran .....	14
2.2.3. Pengertian Perilaku Konsumen .....	15
2.2.4. Keputusan pembelian.....	19
2.2.4.1 Konsep keputusan pembelian .....	20
2.2.5. Pengertian kualitas produk .....	22
2.2.5.1 Alasan memproduksi produk berkualitas ...	23
2.2.5.2 Pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian .....	24
2.2.6. Persepsi harga .....	25
2.2.6.1 Faktor-faktor dalam menentukan kebijakan harga .....	25
2.2.6.2 Metode penetapan harga .....	26
2.2.6.3 pengaruh persepsi harga dengan keputusan pembelian .....	28
2.2.7 Word of mouth communication .. ..	29
2.2.7.1 Yang perlu diperhatikan dalam WOM .....	30
2.2.7.2 Pengaruh WOM dengan keputusan pembelian..	31
2.3 Kerangka pemikiran .....	32
2.4 Hipotesis .....	33

<b>BAB III PROSEDUR PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.2. Startegi dan Metoda Penelitian .....	34
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
3.3.1. Populasi .....	34
3.3.2. Sampel .....	35
3.4. Unit-Unit Analisis Penelitian .....	36
3.4.1. Jenis dan Sumber Data .....	36
3.5. Metoda Pengumpulan Data .....	36
3.6. Instrumen Pengumpulan Data .....	37
3.6.1. Instrumen Penelitian .....	37

3.7. Metoda Analisis Data .....	40
3.8. Analisis Statistik Data .....	41
3.9. Uji Hipotesis .....	42
3.9.1 Uji Hipotesis Statistik T .....	42
3.9.2 Uji Hipotesis Statistik F .....	43
<b>BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.2. Analisis Statistik Data .....	46
4.2.1. Uji Validitas .....	46
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	49
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.2.4. Uji Koefisien Determinasi.....	53
4.2.5. Pengujian Hipotesis .....	54
1. Pengujian Hipotesis 1 .....	54
2. Pengujian Hipotesis 2 .....	55
3. Pengujian Hipotesis 3 .....	56
4. Pengujian Hipotesis 4 .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
5.1. Kesimpulan .....	58
5.2. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Jawaban Skor Kuesioner .....	38
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel Penelitian .....	39
<b>Tabel 4.1.</b> Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X1) .....	47
<b>Tabel 4.2.</b> Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga (X2).....	48
<b>Tabel 4.3.</b> Pengujian Validitas Variabel WOM (X3) .....	48
<b>Tabel 4.4.</b> Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	49
<b>Tabel 4.5.</b> Pengujian Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X1) .....	49
<b>Tabel 4.6.</b> Pengujian Realibilitas Variabel Persepsi Harga (X2) .....	50
<b>Tabel 4.7.</b> Pengujian Realibilitas Variabel WOM (X3) .....	50
<b>Tabel 4.8.</b> Pengujian Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..	50
<b>Tabel 4.9.</b> Perhitungan Regresi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
<b>Gambar 4.1.</b> Struktur Organisasi CV.Karya Guna .....	45
<b>Gambar 4.2.</b> Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Hipotesis 1 .....	54
<b>Gambar 4.3.</b> Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Hipotesis 2.....	55
<b>Gambar 4.4.</b> Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Hipotesis 3.....	56
<b>Gambar 4.5.</b> Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Hipotesis 4 .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	62
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Skor Variabel Kualitas Produk (X1).....	65
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Skor Variabel Persepsi Harga(X2) .....	67
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Skor Variabel WOM communication (X3) .....	69
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
<b>Lampiran 6.</b> Tabel T .....	73
<b>Lampiran 7.</b> Tabel F .....	76
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Perhitungan Regresi .....	79
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Perhitungan Uji Validitas .....	80
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Perhitungan Uji Realibilitas .....	84
<b>Lampiran 11.</b> Surat Keterangan Riset .....	88
<b>Lampiran 12.</b> Daftar Riwayat Hidup .....	89