

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

SKRIPSI

DIANA ARIYUNI
2115000093



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)**

SKRIPSI

**DIANA ARIYUNI
2115000093**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata – 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasi dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, dipublikasi ataupun plagiat, maka saya menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 05 Desember 2019

DIANA ARIYUNI

NPM 2115000093

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

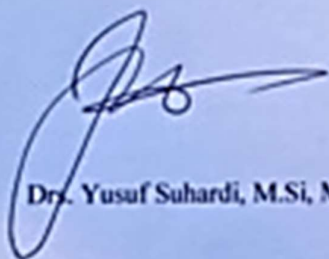
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

dibuat untuk melengkapi sebagian pernyataan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, MSi dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 05 Desember 2019

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Dr. Yusuf Suhardi, M.Si, M.M



Dr. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

- | | | |
|----|---|---|
| 1. |  | : Dr. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen) |
| 2. |  | : Des. Yusuf Suhardi, M.Si, M.M
(Pembimbing) |
| 3. |  | : Dr. M. Anhar, SE., M.Sc
(Anggota Penguji) |
| 4. |  | : M. Ramaditya, BBA., M.Sc
(Anggota Penguji) |

KATA PENGANTAR

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

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, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. M. Anhar, SE., M.Sc dan Bapak M. Ramaditya, BBA., M.Sc selaku dosen penguji yang telah menguji penulis dan memberikan masukan dan arahan untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Dr. Sumitro, M.Sc selaku ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Semua responden Starbucks Coffee Stasiun Gambir yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner untuk memperoleh data yang diperlukan.
7. Kedua orang tua penulis, yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara material dan moral.
8. Wahyu Trianto, seseorang yang telah menjadi penyemangat dan pemotivasi untuk penulis.
9. Ayu Nasyatun, yang telah membantu dan memberikan dorongan semangat dalam penelitian ini.

10. Teman-teman dipekerjaan dan angkatan 2015 yang telah membantu memberikan semangat dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 05 Desember 2019

DIANA ARIYUNI

NPM 2115000093

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dina Ariyuni
NPM : 2115000097
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengorbanan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty - Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 05 Desember 2019

Yang menyatakan,


Dina Ariyuni

Diana Ariyuni

NPM 2115000093

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Yusuf Suhardi, MSi

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada produk Starbucks Coffee Stasiun Gambir.

Strategi penelitian yang digunakan yaitu strategi asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Starbucks Coffee Stasiun Gambir. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk Starbucks Coffee pada saat berkunjung ke Stasiun Gambir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling* dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode penghitungan dengan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS 20.0)*.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan word of mouth juga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian persepsi harga, kualitas pelayanan dan word of mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Starbucks Coffee Stasiun Gambir.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian.

Diana Ariyuni

NPM 2115000093

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Yusuf Suhardi, MSi

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, QUALITY OF SERVICE AND
WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS**

(Study at Starbucks Coffee Gambir Station)

ABSTRACT

This study aims to determine the direct effect of prices perception on purchasing decisions, service quality on purchasing decisions and word of mouth on purchasing decisions on Gambir Station Starbucks Coffee products.

The research strategy used is associative strategy. The population in this study is Starbucks Coffee Gambir Station consumers. Samples taken as many as 100 respondents who are consumers who buy Starbucks Coffee products when visiting Gambir Station. The sampling technique used was simple random sampling with a data collection instrument in the form of a questionnaire. This study uses the calculation method using the *Statistical Product and Service Solutions (SPSS 20.0)* program.

The results of the study concluded price perception has a positive effect on purchasing decisions. Quality of service has a positive effect on purchasing decisions and word of mouth also has a positive effect on purchasing decisions. Therefore the price perception, service quality and word of mouth had a positive effect on purchasing decisions on Starbucks Coffee Gambir Station products.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Word Of Mouth, Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga	11
2.2.1.2 Indikator Persepsi Harga	13
2.2.2 Kualitas Pelayanan	13
2.2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.2.3 Word of Mouth	15
2.2.3.1 Alasan Penggunaan Word of Mouth	16

2.2.3.2	Manfaat Word of Mouth	16
2.2.3.3	Dimensi Word of Mouth	17
2.2.2.4	Indikator Word of Mouth	18
2.2.4	Keputusan Pembelian	18
2.2.4.1	Proses Keputusan Pembelian	19
2.2.4.2	Faktor-faktor Keputusan Pembelian	20
2.2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian	23
2.3	Hubungan Antara Variabel Penelitian	23
2.4	Pengembangan Hipotesis	24
2.5	Kerangka Konseptual Penelitian	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Strategi Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel	28
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1	Metode Pengumpulan Data	28
3.3.2	Pengukuran Variabel	30
3.4	Operasionalisasi Variabel	31
3.5	Metode Analisis Data	35
3.5.1	Tahap Pengolahan Data	35
3.5.2	Penyajian Data	35
3.5.3	Analisis Statistik Data	35
3.5.4	Analisis Koefisien Determinasi	35
3.5.5	Pengujian Hipotesis	36
3.5.5.1	Uji Parsial (Uji t)	36
3.5.5.2	Uji Simultan (Uji F)	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1	Sejarah Starbucks di Indonesia	39
4.2	Deskripsi Responden	40
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.3	Deskripsi Data	43
4.3.1	Variabel Persepsi Harga (X1).....	43
4.3.2	Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	44
4.3.3	Variabel Word Of Mouth (X3)	46
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
4.4	Hasil Uji Intrumen.....	49
4.4.1	Uji Validitas	49
4.4.2	Uji Realibilitas	51
4.5	Pengujian Hipotesis.....	52
4.5.1	Uji Parsial (Uji t)	52
4.5.2	Uji Simultan (Uji F)	53
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	54
4.6	Temuan Hasil Penelitian	54
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	58
5.3	Keterbatasan Peneliti dalam Pengembangan	59
5.3.1	Keterbatasan Penelitian	59
5.3.2	Pengembangan Penelitian Selanjutnya	59
	DAFTAR REFERENSI	61
	LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Likert	30
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian	31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden Tentang Persersi Harga	43
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Tentang Word Of Mouth	46
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Tentang Keputusan Pemebelian ..	47
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	49
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X3)	50
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.13. Hasil Uji Realibilitas Instrument	51
Tabel 4.14. Uji Parsial	52
Tabel 4.15. ANOVA	53
Tabel 4.16. Model Summary	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga (X1)	44
Gambar 4.6 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	46
Gambar 4.7 Diagram Skala Likert Variabel Word Of Mouth (X3)	47
Gambar 4.8 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Kuisisioner	64
Lampiran 2. Struktur Organisasi Starbucks Coffee Stasiun Gambir	69
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Persepsi Harga (X1)	70
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	73
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Word of Mouth (X3)	76
Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X1)	82
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X1)	83
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	85
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)	86
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Word of Mouth (X3)	88
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Word of Mouth (X3)	89
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	91
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	92
Lampiran 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	94
Lampiran 16. Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	95
Lampiran 17. Deskripsi Responden Penelitian	100
Lampiran 18. Surat Pernyataan Riset	105
Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	106