

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

(Studi kasus pada pembelian produk legend coffee Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCTS QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE
PERCEPTION, LOCATION AND WORD OF MOUTH ON BUYING
DECISION***

(Case study on the purchase of legend coffee products Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

**TAHTA AKBAR PARAMAARTHA
20140410409**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PERSEPSI HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada pembelian produk legend coffee Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PRODUCTS QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE
PERCEPTION, LOCATION AND WORD OF MOUTH ON BUYING
DECISION
(Case study on the purchase of legend coffee products Yogyakarta)***

Diajukan oleh

**TAHTA AKBAR PARAMAARTHA
20140410409**

Telah disetujui oleh :

Pembimbing

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
19690801199303 143 030

Tanggal 20 September 2018

SKRIPSI

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

(Studi kasus pada pembelian produk legend coffee Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCTS QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE
PERCEPTION, LOCATION AND WORD OF MOUTH ON BUYING
DECISION***

(Case study on the purchase of legend coffee products Yogyakarta)

Diajukan oleh

**TAHTA AKBAR PARAMAARTHA
20140410409**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 November 2018
Yang terdiri dari

Fauziah, SE., M.Si.

NIK : 19710505199702 143 057

Ketua Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
NIK : 19690801199303 143 030
Anggota Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si
NIK : 19670916199202 143 014
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ak, CA
NIK: 19731218199904 143 068

Halaman Pernyataan

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tahta Akbar Paramaatha

Nomor Mahasiswa : 20140410409

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada pembelian produk Legend Coffee Yogyakarta)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 September 2018

Materai, 6000,-

Tahta Akbar Paramaatha

MOTTO

USAHA + DOA + TAWAKAL = SUKSES

“When you judge me without knowing me you do not define me you
define yourself.”

(Corporate.bytes)

“Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa
bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis, dan pada
kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri
yang tersenyum.”

(Mahatma Gandhi)

“Barang siapa mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan
melihat (balasan)nya

(Q.S Al-Zalzalah: 7)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Untuk Orangtuaku tercinta Bapak Karyadi dan Mama Enny yang selalu memberikan do'a dan motivasi serta memberikan semua yang kalian punya hanya untukku.

Untuk kakak ku Lingga Arya Paramaartha yang selalu memberiku nasihat dan selalu berbagi pengalaman denganku.

Untuk kakak ipar ku Amelia Endah

Dan untuk keponakan ku Syafiyya yang selalu memberi hiburan dan kelucuanmu

Serta yang terakhir untuk calon pasangan hidupku yang senantiasa aku tunggu kehadiranmu.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Studi kasus pada pembelian produk Legend Coffee Yogyakarta**”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bsinis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan memberikan informasi dan menjadi rujukan dalam mengembangkan strategi pemasaran terutama bauran pemasaran sebagai Grand Teori dan penelitian ini. Selain itu juga memberikan ide replikasi dan pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

2. Ibu Retno Widowati P.A., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi kemudahan dalam menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Orang tua, saudara – saudara yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik sebagai penyempurna. Sehingga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat di bidang pendidikan serta bisa dikembangkan lebih lanjut. Aamiin.

Yogyakarta, 20 September 2018

Tahta Akbar Paramaartha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Bauran Pemasaran.	11
2. Kualitas Produk	13
3. Kualitas Pelayanan	13
4. Persepsi Harga	14
5. Lokasi	15
6. <i>Word of Mouth</i>	15
7. Keputusan Pembelian	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	17
C. Hipotesis	26
D. Model Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Objek/Subjek Penelitian	38
B. Jenis Data	38
C. Teknik Pengambilan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
F. Uji Kualitas Instrumen Data	41
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	47
1. Gambaran Objek Penelitian	47
2. Profil Responden	48
3. Karakteristik Responden	49
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	56
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	57
1. Regresi Linier Berganda.....	57
2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
3. Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
D. Pembahasan (Interpretasi)	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian	67
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Laporan usaha DIY	3
Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Tabel indikator variabel	40
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Berdasarkan pendidikan	51
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Berdasarkan Jumlah Pembelian	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji Simultan (F)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka teori Bauran pemasaran	10
Gambar 2.2 Kerangka Model Penelitian	37