

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
EIGER**

***THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY AND
PRICE ON EIGER PRODUCT BUYING DECISION***

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



Oleh

MUHAMMAD ROFIAN

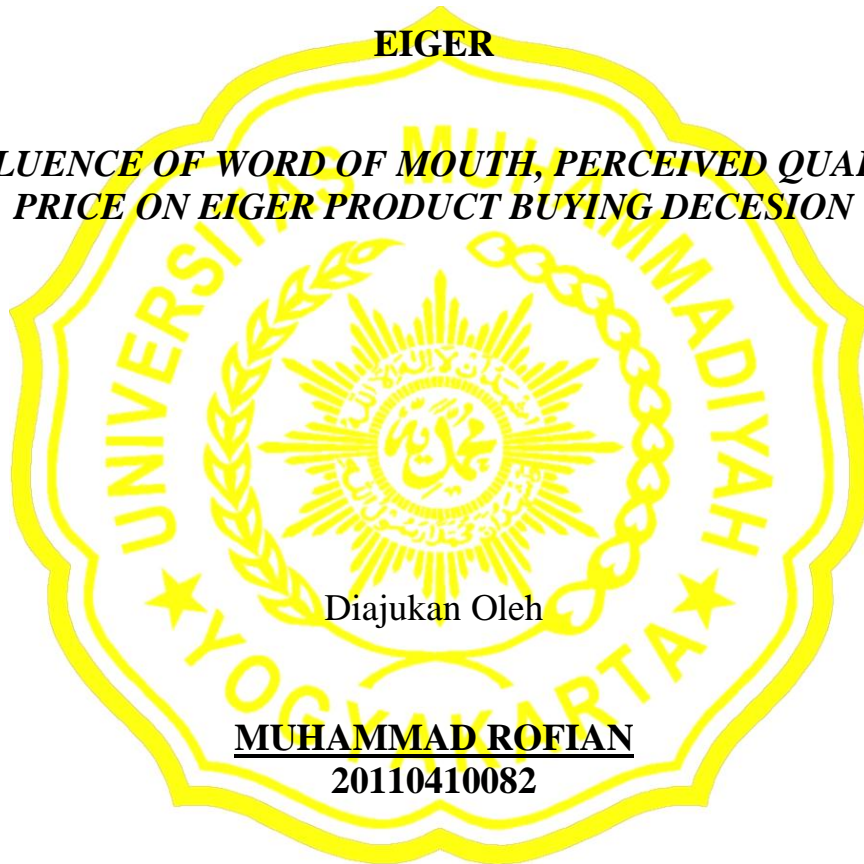
20110410082

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2016**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
EIGER**

***THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY AND
PRICE ON EIGER PRODUCT BUYING DECISION***



Diajukan Oleh

MUHAMMAD ROFIAN
20110410082

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Dr. Susanto, SE.,MS
NIK: 195212231980013003

Tanggal 4 Juni 2016

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK **EIGER**

THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY AND PRICE ON EIGER PRODUCT BUYING DECISION

Diajukan oleh
MUHAMMAD ROFIAN
20110410082

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 4 Juni 2016
Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, Msi.
Ketua Tim Penguji

Dr. Susanto, SE.,MS
Anggota Tim Penguji

Dra. Retno widowati PA,M.Si,Ph.d
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.
NIK: 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Rofian

Nomor Mahasiswa : 20110410082

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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, 4 Juni 2016

yang membuat pernyataan

Muhammad Rofian

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri”

(QS Ar-Ra'd : 11)

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”*

(QS. Al_Insyirah : 5-6)

*“Tuhan menciptakan jodoh, jadi kalau anda berbuat baik maka jodohnya adalah berkah,
kalau anda berbuat dholim jodohnya adalah adzab.*

Jangan gampang melakukan keburukan karena nanti akan ketemu jodohnya.

(emha ainun najib)

*“ Yang penting bukannya kalah atau menang, tuhan tidak mewajibkan manusia
untuk menang, sehingga kalahpun bukan dosa,
yang penting adalah seorang berjuang atau tak berjuang.*

(emha ainun najib)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan.

Untuk Almarhum Ayah dan kakak pertama tercinta

(Bambang Widoyoko dan Muhammad Ridwan Mahmud)

Untuk ibundaku in mahmudah dan kakakku Muhammad Samkhan

Yang selalu memberi dukungan moral dan materi.

Untuk teman – teman UKM Bulutangkis UMY yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu terima kasih atas pengalaman yang berharga.

Untuk teman – teman seperjuangan ekonomi manajemen 2011 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu semoga sukses.

Untuk teman – teman kos (pak mamang) Mas lutfi, Mas Koko, Alfin, Garin, Yayak, Rio, dan beta terima kasih untuk bantuannya dan dukungannya.

INTISARI

PT. Eigerindo Multi Produk Industri atau yang lebih dikenal dengan eiger bergerak dalam bisnis *advanture equipment* menjadi salah satu produk yang sudah dikenal banyak orang dan menjadi salah satu *brand* ternama asal indonesia yang sudah tidak diragukan kualitasnya. kualitas produk eiger bisa dikatakan setara dengan produk *outdor* di luar negri yang terkenal sehingga banyak mempersepsikan bahwa kualitas eiger sudah diakui sehingga tak jarang jika banyak konsumen yang membicarakan produk eiger dan menjadi *trend* dikalangan pecinta alam. Dengan harga yang relatif berdasarkan fungsi dan juga kualitasnya membuat eiger menjadi produk yang patut dipertimbangkan kepada setiap konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, persepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk eiger. Subyek dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen produk eiger yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda, Uji Simultan (Uji F), Uji Parsial (Uji t) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth*, persepsi kualitas, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk eiger di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selanjutnya bahwa *word of mouth*, persepsi kualitas, dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk eiger di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci : *word of mouth*, Persepsi kualitas, Harga , Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The company of Eigerindo Multi Product Industry or well known as Eiger is one of companies which organizes in an adventure equipment business. One of the Eiger's products has been known by many people and has become the Indonesian famous brand whichever the quality of the product is unquestionable. Further, the quality of Eiger's product could be stated as equivalent as the famous product of foreign countries, so many people assume that the quality of Eiger's product has been conceded. Additionally, many consumers talk about the Eiger's product frequently and it becomes phenomenon in the nature lovers. Then, according to the function and the quality, Eiger's product has offered inexpensive price and it makes the Eiger's product becomes substantial product by every consumer in deciding the purchasing product.

This research aims to analyze the effect of word of mouth, the quality perception and the price toward the decision on purchasing Eiger's product. The subjects of the research are Eiger's consumers who stay in Daerah Istimewa Yogyakarta. The sample of the research are 100 respondents. Further, the technique to collect the sample is use purposive sampling. The instrument analysis in this research is use double linear regression analysis, simultan experiment , partial experiment and coefficient determination experiment (R2).

In conclusion, according to the result of the research, it reveals that word of mouth, the quality perception and the price simultaneously effect to the significance toward the decision on purchasing Eiger's product in Daerah Istimewa Yogyakarta. Afterward, word of mouth, the quality perception and the price have positive impact toward the decision on purchasing Eiger's product in Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keywords : Word of Mouth, Perceived Quality and Price.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat menambah pengetahuan tentang teori perilaku konsumen. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si. Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Susanto SE.,MS selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan masukan serta bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada para konsumen produk eiger yang sudah membantu atas kerjasama dan ijin melakukan penelitian.

Sebagai kata akhir, tidak ada yang sempurna selain Yang Maha Pencipta, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan dalam kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 4 Juni 2016

Muhammad Rofian

