



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SIKAP
KONSUMEN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WAROENG SS CABANG PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh

EDY KURNIAWAN

2014-11-188

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2019

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SIKAP
KONSUMEN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WAROENG SS CABANG PATI**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,.....

Kudus,

2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Dina Lusianti, SE, MM. AAK)

NIDN. 0630098401

Pembimbing 1

(Sutono, SE, MM.Ph.D)

NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

(Noor Aziz, SE.,MM)
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Apapun pilihan yang kamu pilih jangan pernah kecewakan orang tua dan
Tuhanmu. (Edy Kurniawan)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu
urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada
Tuhanmulah engkau berharap. (QS. Al-Insyirah,6-8)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas ridla dan kasih sayang-Nya skripsi ini dapat selesai dengan lancar. Engkaulah sebaik-baiknya perencana.
2. Orang tua tercinta, Bapak (Sunardi) dan Ibu (Sularmi) untuk Doa yang tiada henti, Wejangan, Semangat yang tiada batas, Kesabaran dan Kasih Sayang yang mengiringi langkahku menuju sebuah keberhasilan.
3. Dosen Pembimbingku Tercinta Bp. Sutono, SE, MM., Ph.D yang sudah membimbing dengan sangat tegas dan beda dari dosen yang lain karena antrian yang sangat panjang, kemudian Dosen Pembimbing tercinta kedua Bp. Noor Aziz, SE.,MM yang sudah membimbing dengan sangat baik dan sabar.
4. Sahabat-sahabatku (Ketu, Mantri, Ucok, Rizki, Abid, Gigih, Maho, Basir, Nurul Ihda) yang selalu memberikan semangat serta canda tawa saat perjuangan mendapatkan gelar SE, Kemudian Support Systemku (Eva Amaria Putri) orang yang selalu mendukungku dalam setiap langkah kesuksesanku, dan yang selalu menemaniku saat bimbingan.
5. Almamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya ilmu dan pengalaman yang sangat berharga

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Sikap Konsumen dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Waroeng SS Cabang Pati”**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Dr. H. Suparnyo, SH. MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan kuliah di UMK pada penelitian ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pedoman pengarahan skripsi.
3. Ibu Dina Lusiana, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang memberikan pengarahannya pada Program Studi Manajemen.
4. Bapak Sutono, SE. MM. Ph.D, selaku dosen pembimbing yang sudah mau bersabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.

5. Bapak Noor Aziz, SE.,MM, selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
6. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu memberikan kasih sayangnya, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus,

2019

Penulis

Edy Kurniawan
NIM 2014-11-188

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SIKAP
KONSUMEN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WAROENG SS CABANG PATI**

EDY KURNIAWAN

2014-11-188

Pembimbing 1 : Sutono, SE. MM. Ph.D
2 : Noor Aziz, SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, sikap konsumen dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Waroeng SS cabang Pati. Objek dalam penelitian ini adalah Waroeng SS cabang Pati dengan sampel pada pelanggan Waroeng SS cabang Pati. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 136 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji t (parsial) dan uji F (serempak). Proses perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel Independen (persepsi harga, kualitas pelayanan, sikap konsumen dan *word of mouth*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara berganda menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : persepsi harga, kualitas pelayanan, sikap konsumen *word of mouth*, keputusan pembelian.

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, QUALITY OF SERVICE,
CONSUMER ATTITUDE AND WORD OF MOUTH ON PURCHASE
DECISIONS IN WAROENG SS BRANCH OF PATI**

EDY KURNIAWAN

2014-11-188

Advistor 1 : Sutono, SE. MM. Ph.D

2 : Noor Aziz, SE.,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, service quality, consumer attitudes and word of mouth on purchasing decisions at Waroeng SS branch of Pati. The object in this study was Waroeng SS branch of Pati with samples of Waroeng SS branch customers in Pati. This type of research is qualitative and quantitative. The sample in this study were 136 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis accompanied by t test (partial) and F test (simultaneous). The calculation process uses SPSS version 24.0. The results of the tests show that all Independent variables (perception of price, service quality, consumer attitudes and word of mouth) partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. Multiple test results show that all independent variables together have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price perception, service quality, consumer attitude word of mouth, purchase decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah Persaingan Warung	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	15

Halaman

2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.3 Persepsi Harga	17
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	17
2.3.2 Indikator Persepsi Harga	19
2.4 Kualitas Pelayanan	19
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
2.5 Sikap Konsumen.....	22
2.5.1 Pengertian Sikap Konsumen.....	22
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.5.3 Indikator Sikap Konsumen	25
2.6 <i>Word Of Mouth</i>	25
2.6.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	25
2.5.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	27
2.7 Pengaruh Antar Variabel	28
2.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7.3 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	28

Halaman

2.7.4 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.9 Kerangka Pikir Teoritis	34
2.10 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.2.1 Variabel Penelitian	37
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Data Primer.....	41
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.5.1 Kuesioner.....	44
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.7 Metode Pengolahan data.....	50

	Halaman
3.7.1 <i>Scoring</i>	51
3.7.2 <i>Coding</i>	51
3.7.3 <i>Editing</i>	51
3.7.4 <i>Tabulating</i>	52
3.8 Metode Analisis Data	52
3.9 Pengujian Hipotesis	53
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Waroeng SS	57
4.1.1 Sejarah Waroeng SS	57
4.1.2 Visi, Misi Waroeng SS	59
4.1.3 Struktur Organisasi Waroeng SS.....	59
4.1.4 Aspek Pemasaran pada Waroeng SS Pati.....	61
4.2 Penyajian Data.....	64
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden.....	64
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	67
4.2.2.1 Variabel Persepsi Harga (X_1).....	67
4.2.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	69
4.2.2.3 Variabel Sikap Konsumen (X_3).....	70
4.2.2.4 Variabel <i>Word OF Mouth</i> (X_4).....	71
4.2.2.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	73
4.3 Analisis Data	74
4.3.1 Uji t Parsial	76

	Halaman
4.3.2 Uji Berganda.....	81
4.3.3 <i>Adjusted R Square</i>	82
4.4 Pembahasan	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	93
 DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Harga Menu di Waroeng SS Pati	3
Tabel 1.2 Hasil Survei Pelanggan	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Waroeng SS Pati tahun 2018	6
Tabel 3.1 $Z_{\alpha/2}$ tabel	43
Tabel 3.2 Data Skala Likert	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Persepsi Harga	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Sikap Konsumen	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Word Of Mouth</i>	48
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ..	49
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.2 Usia Responden	65
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	66
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Persepsi Harga	68
Tebel 4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	69
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Sikap Konsumen	71
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	73

	Halaman
Tabel 4.10 Hasil Regresi	74
Tabel 4.11 Hasil Uji t	76
Tabel 4.12 Hasil Uji F	81
Tabel 4.13 Hasil <i>Ajusted R Square</i>	83



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cabang Waroeng SS	60

