



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* REALME**

Oleh :

RIIHA 'AINUL ZULFA

NIM. 201811646

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

TAHUN 2022



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* REALME**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan

Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

RIIHA 'AINUL ZULFA

NIM. 201811646

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* REALME**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal

Pembimbing I



(Dr. Mamik Indaryani, MS)
NIDN. 0628045901

Pembimbing II



(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* REALME

Nama : Riha 'Ainul Zulfa

NIM : 201811646


Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

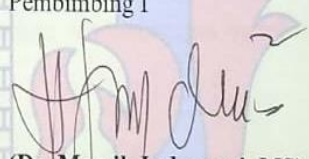
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

Pembimbing I


(Dr. Mamik Indaryani, MS)
NIDN. 0628045901

Mengetahui,
Dekan


(Dr. Kertati Sumeekar, SE, MM)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu”. (Q.S. Al-Ankabut: 43)

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”.

(Q.S. Ali Imran: 139)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”.

(Aristoteles)

Persembahan :

Puji syukur kepada Allah SWT, karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhammad Ro'is dan Ibu Luluk Atul Hidayah yang senantiasa mendoakan, mendukung dan memberikan kasih sayang tiada tara.
2. Kedua Adik penulis Fiiki Nur Azizah dan Rafiq Albert Muzzammil, yang senantiasa menghibur dan memberikan motivasi.
3. Keluarga dan sahabat, terima kasih atas dukungan yang kalian berikan.

Penulis mengharapkan skripsi ini bisa berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa depan.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya berupa iman dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen *Smartphone Realme*”, yang merupakan syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Sholawat dan salam dapat tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, seluruh keluarga, sahabat, dan para pengikutnya setiap saat, hingga Tuhan menghendaki kita menerima syafa’at di akhirat. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah berkontribusi dalam terciptanya karya ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta selaku Dosen Pembimbing II dalam kepenulisan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, motivasi, saran, serta ilmu yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Mamik Indaryani, MS, selaku Dosen Pembimbing I dalam kepenulisan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, motivasi, saran, serta ilmu yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat.
6. Kedua orangtua terkasih yang telah memberikan dukungan lahir dan batin, moral maupun materiil kepada penulis sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan dari Universitas Muria Kudus yang telah memberikan motivasi dan emosi yang positif kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik yang membangun dalam bentuk apapun dan saran untuk kinerja yang lebih baik.

Kudus, 2022

Penulis

Riiha 'Ainul Zulfa

NIM. 201811646

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE* REALME**

NAMA : Riiha 'Ainul Zulfa

NIM : 201811646

Pembimbing I : Dr. Mamik Indaryani, MS

Pembimbing II : Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen pada *smartphone* Realme. Sampel survei mencakup 130 responden yang merupakan pengguna Realme Kudus, dengan menggunakan kuantitatif sebagai jenis penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik yang diestimasi oleh AMOS, yaitu *Structural Equation Model* (SEM). Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, hasil dari efeknya menunjukkan secara langsung bahwa keputusan pembelian tidak dapat menjadi variabel intervening antara kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

***ANALYSIS THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND WORD
OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS AND THEIR IMPACT ON
REALME SMARTPHONE CONSUMER SATISFACTION***

NAME : Riiha 'Ainul Zulfa

NIM : 201811646

Supervisor I : Dr. Mamik Indaryani, MS

Supervisor II : Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY

PROGRAM

ABSTRACTION

The purpose of this study is to analyze the influence of product quality, price, and word of mouth on purchasing decisions and their impact on consumer satisfaction on Realme smartphones. The survey sample included 130 respondents who were Realme Kudus users, using quantitative as a type of research. The analysis method used is purposive sampling. The data were analyzed using statistical software estimated by AMOS, i.e. Structural Equation Model (SEM). The survey results show that product quality, price, and word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions and have a positive and significant effect on consumer satisfaction. Furthermore, the results of the effect show directly that purchasing decisions cannot be intervening variables between product quality, price, and word of mouth on consumer satisfaction.

Keywords : Product Quality, Price, Word of Mouth, Purchasing Decisions, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	12
1.3. Perumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Kepuasan Konsumen	16
2.1.2. Keputusan Pembelian	19
2.1.3. Kualitas Produk	22
2.1.4. Harga	25

2.1.5. <i>Word of Mouth</i>	28
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	33
2.4. Keterkaitan antar Variabel dan Hipotesis	34
2.4.1. Pengaruh antar Variabel	34
2.4.2. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Rancangan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.2.1. Variabel Penelitian	40
3.2.2. Operasional Variabel Penelitian	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1. Data Primer	44
3.3.2. Data Sekunder	44
3.4. Populasi dan Sampel	45
3.4.1. Populasi	45
3.4.2. Sampel	45
3.5. Pengumpulan Data	46
3.6. Uji Instrumen Penelitian	47
3.6.1. Uji Validitas	47
3.6.2. Uji Reliabilitas	48
3.7. Pengolahan Data	48
3.8. Analisis Data	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.2. Penyajian Data	54
4.2.1. Karakteristik Responden	54
4.2.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel	56
4.3. Uji Instrumen Penelitian	60
4.4. Analisis Data	62
4.4.1. Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM	62
4.4.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	64
4.4.3. Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	71
4.4.4. Uji Hipotesis	73
4.5. Pembahasan	77
4.5.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	77
4.5.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
4.5.3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	79
4.5.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	80
4.5.5. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	81
4.5.6. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Kepuasan Konsumen	82
4.5.7. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	82
4.5.8. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian	84
4.5.9. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian	85

4.5.10. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Kepuasan Konsumen	
Melalui Keputusan Pembelian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Skala Likert	47
Tabel 3.2. Tabel Uji <i>Goodness-of-Fit</i>	52
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.2. Usia Responden	55
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.4. Frekuensi Kualitas Produk	57
Tabel 4.5. Frekuensi Harga	57
Tabel 4.6. Frekuensi <i>Word of Mouth</i>	58
Tabel 4.7. Frekuensi Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8. Frekuensi Kepuasan Konsumen	59
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Discriminant Reliability</i>	60
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	61
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data	62
Tabel 4.12. Uji <i>Outliers</i>	63
Tabel 4.13. Uji Model <i>Goodness-of-Fit</i> Variabel Eksogen (X)	65
Tabel 4.14. Pengukuran Variabel Eksogen (X)	66
Tabel 4.15. Uji Model <i>Goodness-of-Fit</i> Variabel Endogen (Y)	67
Tabel 4.16. Pengukuran Variabel Endogen (Y)	68
Tabel 4.17. Uji Model <i>Goodness-of-Fit Full Model</i>	70
Tabel 4.18. Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	71
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi (R^2)	73
Tabel 4.20. Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel	74

Tabel 4.21. Besar *Total Effect* 76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> Dunia 2016 – 2022	2
Gambar 1.2 Indonesia – <i>Device Growth Traffict Profile</i> 2022	3
Gambar 1.3 <i>Smartphone</i> Realme	4
Gambar 1.4 Perbandingan Realme 9 Pro Vs Oppo Reno 7Z 5G	5
Gambar 1.5 Perkembangan Pertumbuhan <i>Smartphone</i> Realme 2022	6
Gambar 1.6 Keluhan Pengguna Terkait Kualitas Produk Realme	7
Gambar 1.7 Keluhan Pelanggan Terkait Harga Realme	8
Gambar 1.8 Keluhan Pelanggan Terkait <i>Word of Mouth</i> Realme	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 4.1 Variabel Eksogen (X)	66
Gambar 4.2 Variabel Endogen (Y)	67
Gambar 4.3 Analisis <i>Full Measurement</i>	69
Gambar 4.4 Analisis <i>Full Model</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Format Google Form	103
Lampiran 3 Frekuensi Data	104
Lampiran 4 Tabulasi Data	105
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	108
Lampiran 6 Hasil Output AMOS	110
Lampiran 7 Hasil Turnitin	127

