

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN PADA UD. PANGESTU
DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



MOHAMMAD FARID RIDHO

NIM. 214121675

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN PADA UD. PANGESTU
DI KABUPATEN LUMAJANG**

ABSTRAK

Studi ini fokus pada upaya menentukan hal terpenting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada UD. PANGESTU di kabupaten Lumajang. Dengan mengadopsi pendekatan perilaku konsumen, penelitian ini menginvestigasi pengaruh *Service Quality*, Kualitas Produk, Harga Dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada UD. PANGESTU di Kabupaten Lumajang.

Dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, sebanyak 50 responden dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner yang dikembangkan terdiri dari 22 indikator menggunakan skala likert 1 sampai 5. Tingkat validitas dan konsistensi internal (reliabilitas) telah terkonfirmasi dengan kriteria yang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa model secara empiris tervalidasi dengan baik berdasarkan data persepsi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality*, Kualitas Produk, Harga dengan Keputusan Pembelian positif tapi tidak berpengaruh, sedangkan variabel *Word Of Mouth* mempunyai efek positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Implikasi dari studi ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan perspektif yang lebih baik tentang bagaimana keputusan pembelian pelanggan terutama dalam bidanga perdagangan grosir atau eceran.

Kata Kunci : *Service Quality*, Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian

***EFFECT OF QUALITY SERVICE QUALITY PRODUCTS, PRICE AND
WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISION
CUSTOMER ON UD. PANGESTU
IN LUMAJANG DISTRICT***

ABSTRACT

This study focuses on determining the most important thing in influencing customer purchasing decisions on UD. PANGESTU in Lumajang district. By adopting a consumer behavior approach, this study investigates the effect of Service Quality, Product Quality, Price and Word Of Mouth on Customer Purchase Decision at UD. PANGESTU in Lumajang District.

By using Purposive Sampling method, 50 respondents were selected as participants in this research. Data were collected by distributing questionnaires that developed consist of 22 indicators using likert scale 1 to 5. Level of validity and internal consistency (reliability) have been confirmed with good criteria. So it can be said that the model is empirically validated well based on perceptual data. Data analysis method used is multiple regression analysis.

The findings of the study indicate that Service Quality, Product Quality, Price with Purchase Decision positive but no effect, while Word Of Mouth variable has positive and significant effect to Purchase Decision. The implications of this study can be useful for developing a better perspective on how customer purchasing decisions are primarily in the area of wholesale or retail trade.

Keywords: Service Quality Product Quality, Price, Word Of Mouth And Purchase Decision

