

HALAMAN MOTTO

“it’s not about perfect. It’s about effort”

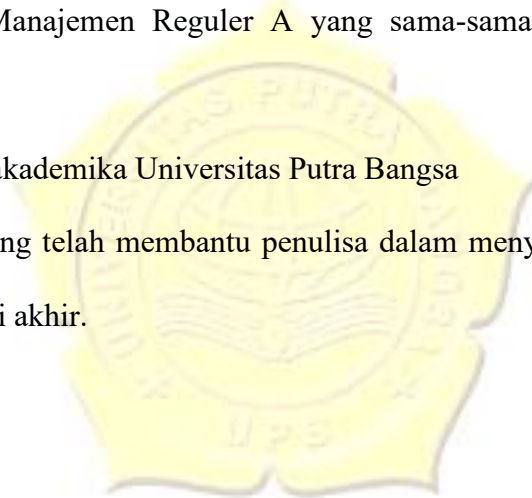
Orang lain ngga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*nya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ngga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa akan depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkannya sebagai terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Kusnandar dan Ibu Daryanti yang telah mendukung baik moril maupun materil serta memberikan doa dan semangat yang tiada henti.
2. Bapak Akhmad Syarifudin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi.
3. Teman-teman Manajemen Reguler A yang sama-sama berjuang selama 6 semester.
4. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi Redmi. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert4. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian dan pengguna *smartphone* Xaiomi Redmi dengan usia minimal 17 tahun. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang dengan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS for windows 26. Hasil penelitian ini menunjukkan harga, kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi Redmi sebesar 61.043. Hasil penelitian secara Parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi Redmi. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,645 artinya sebesar 64,5% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk dan *word of mouth* sedangkan sebesar 35,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of price, product quality, and word of mouth on the purchase decision of Xiaomi Redmi smartphones. Data collection was conducted using a questionnaire with a 4-point Likert scale. The population in this study was people in Kebumen Regency who had purchased and used Xiaomi Redmi smartphones and were at least 17 years old. The sample size was 100 people using purposive sampling. The method used in this study is quantitative. Data analysis was performed using multiple regression analysis with the SPSS for Windows 26 program. The results of this study indicate that price, product quality, and word of mouth significantly influence the purchase decision of Xiaomi Redmi smartphones by 61.043. The partial results show that each variable has a positive and significant influence on the purchase decision of Xiaomi Redmi smartphones. The test results show that the Adjusted R Square value is 0.645, meaning that 64.5% of the purchase decision variables can be explained by the variables of price, product quality, and word of mouth, while 35.5% can be explained by other variables not included in this research model.

Keywords: Price, Product Quality, Word of Mouth, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

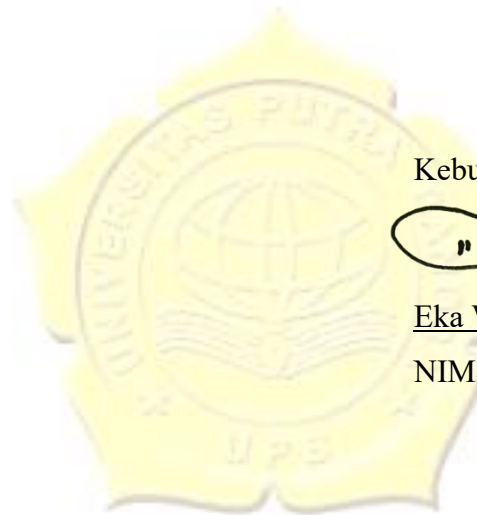
Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan ramat dan karunia-Nya sehingga penyusunan dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelengkapan dalam pencapaian gelar Sarjana Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen ini dengan baik. Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Redmi” bertujuan untuk memenuhi sebagai dari persyaratan guna menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan olak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah di dapat selama kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang dimiliki, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penulisan skripsi ini, ini semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar -besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik materiil maupun non materiil dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Akhmad Syarifudin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.

2. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu konsumen *smartphone* Xiaomi Redmi di Kabupaten Kebumen.
4. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi dari awal sampai akhir.



Kebumen, 26 Juli 2025

Eka Wulandari

NIM: 215504455

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL 1.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Batasan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian	20
1.5. Manfaat Penelitian	21
BAB II.....	22
KAJIAN PUSTAKA.....	22
2.1. Tinjauan Teori.....	22
2.1.1. Landasan Teori.....	22
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3. Harga	34
2.1.4. Kualitas Produk.....	37
2.1.5. <i>Word of Mouth</i>	42

2.2.	Penelitian Terdahulu	45
2.3.	Hubungan Antar Variabel	50
2.4.	Model Empiris	54
2.5.	Hipotesis	55
BAB III		56
METODE PENELITIAN.....		56
3.1.	Objek dan Subjek Penelitia.....	56
3.1.1	Objek Penelitian.....	56
3.1.2	Subjek Penelitan.....	56
3.2.	Variabel Penelitian.....	56
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	57
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	61
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	62
3.6.	Populasi dan Sampel	64
3.7.	Teknik Analisis	66
BAB IV		77
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		77
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	77
4.2.	Analisis Deskriptif.....	78
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	81
4.5.	Analisis Statistik	81
4.5.1.	Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	82
4.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	86

4.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
4.5.4. Uji Hipotesis	91
4.6. Pembahasan.....	96
BAB V	102
SIMPULAN	102
5.1. Simpulan	102
5.2. Keterbatasan.....	103
5.3. Implikasi	104
5.3.1 Implikasi Praktis	104
5.3.2 Implikasi Teoritis	105
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia 2023-2024	3
Tabel I- 2 Mini Riset Pengguna <i>Smartphone</i> di Kebumen	5
Tabel I- 3 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	7
Tabel I- 4 Perbandingan harga <i>smartphone</i>	12
 Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	 48
 Tabel III- 1 Indikator Keputusan Pembelian.....	 59
Tabel III- 2 Indikator Harga.....	60
Tabel III- 3 Indikator Kualitas Produk.....	60
Tabel III- 4 Indikator <i>Word of Mouth</i>	61
 Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelami.....	 79
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	81
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Harga	82
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	83
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Wor of Mouth</i>	84
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	85
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel IV- 11 Hasil Regresi Linear Berganda.....	90
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial	92
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan	94
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	54
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	88
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	114
Lampiran 2	118
Lampiran 3	124
Lampiran 4	128
Lampiran 5	131
Lampiran 6	133
Lampiran 7	134
Lampiran 8	135
Lampiran 9	136
Lampiran 10	137
Lampiran 11	138

