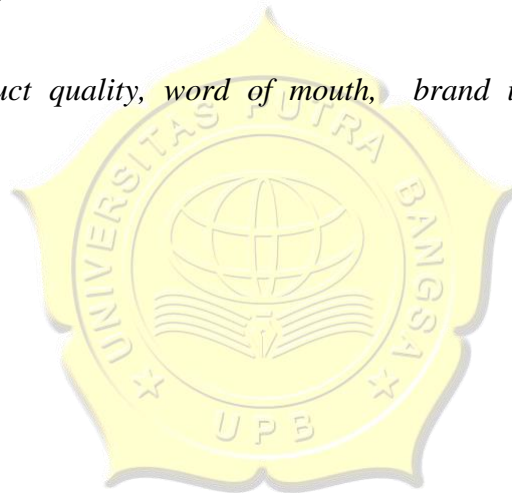


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *product quality*, *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden pengguna raket merek Li-ning. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis *SPSS Versi 25 for Windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *product quality*, *word of mouth* dan *brand image* berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *product quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

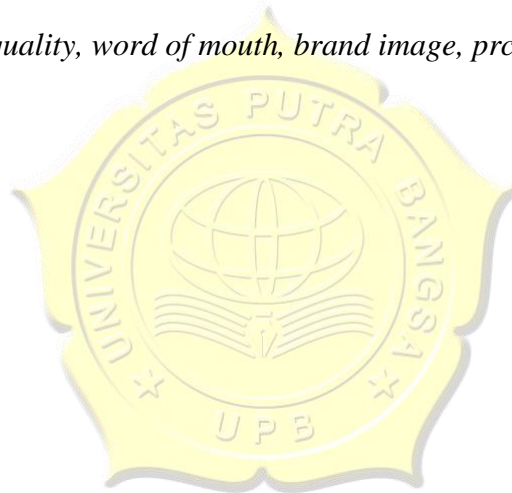
**Kata Kunci:** *product quality*, *word of mouth*, *brand image* dan keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aims to test and analyze the influence of product quality, word of mouth and brand image on purchasing decisions. This research was conducted on the people of Kebumen Regency. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who used Li-ning brand rackets. The data collection technique is by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used uses the SPSS analysis program Version 25 for Windows. The results obtained in the research show that the variables product quality, word of mouth and brand image have a significant and simultaneous influence on purchasing decisions. The product quality variable has a significant influence on purchasing decisions, the word of mouth variable has a significant influence on purchasing decisions and the brand image variable has a significant influence on purchasing decisions.*

**Keyword :** *product quality, word of mouth, brand image, prchasing decisions*



## **HALAMAN MOTTO**

*“Tidak Masalah Jika Kamu Berjalan Dengan Lambat, Asalkan Kamu Tidak  
Berhenti Untuk Berusaha”*



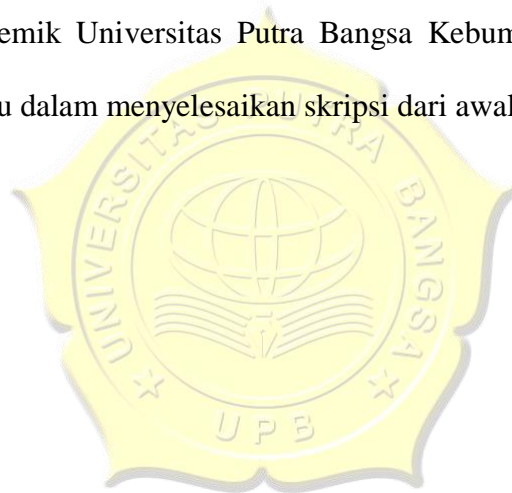
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Keluarga tercinta yang tiada henti hentinya memanjatkan do'a dan memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
- Segenap dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu.
- Rekan rekan pengguna raket merek Li-ning.
- Teman-teman Universitas Putra Bangsa.

Terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya selama ini

Semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

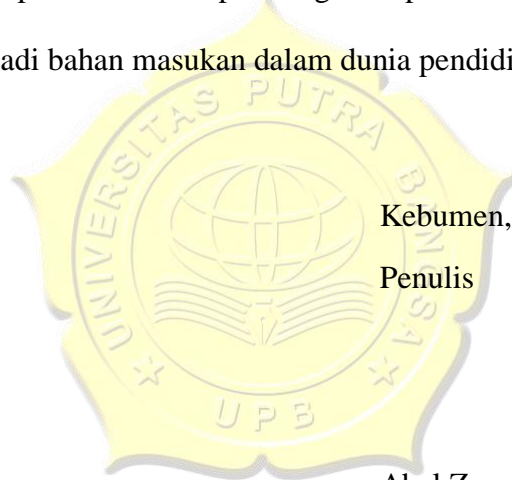
Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Indah Rohyani, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing.
2. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memanjatkan do'a dan memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
3. Segenap dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu.
4. Teman-teman kuliah
5. Seseorang yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian sampai selesai.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.



Kebumen, 29 Juli 2024

Penulis

Abel Zoema Bagaskoro

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori .....	14
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2. <i>Product Quality</i> .....	22
2.1.3. <i>Word Of Mouth</i> .....	27
2.1.4. <i>Brand Image</i> .....	34
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1. Hubungan <i>product quality</i> dengan keputusan pembelian .....	41
2.3.2. Hubungan <i>word of mouth</i> dengan keputusan pembelian .....	42

2.3.3.	Hubungan <i>brand image</i> dengan keputusan pembelian .....	43
2.4.	Model Empiris .....	44
2.5.	Hipotesis .....	45
BAB III.....		46
METODE PENELITIAN .....		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	46
3.1.1.	Objek Penelitian .....	46
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	46
3.2.	Variabel Penelitian .....	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	47
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	51
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5.1.	Jenis Data .....	53
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.6.	Populasi dan Sampel.....	55
3.7.	Teknik Analisis Data .....	58
BAB IV .....		67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		67
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	67
4.1.1.	Sejarah Dan Perkembangan Raket Li-ning .....	67
4.2.	Analisis Deskriptif.....	69
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Raket Li-ning .....	70
4.2.3.	karakteristik Responden berdasarkan usia .....	71
4.2.4.	karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	72
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.3.	Analisis Statistik.....	74
4.3.1.	Uji Instrumen .....	74
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik .....	79
4.3.3.	Uji Analisis Linear Berganda.....	82



4.3.4. Uji Hipotesis.....	84
4.3.5. Uji Determinasi .....	87
4.4. Pembahasan .....	88
BAB V SIMPULAN .....	93
5.1. Simpulan.....	93
5.2. Keterbatasan .....	94
5.3. Implikasi .....	94
5.3.1. Implikasi Praktis.....	94
5.3.2. Implikasi Teoritis .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Observasi Pada Pembeli Raket Merek Li-ning di Kabupaten Kebumen 2023 .....	4
Tabel II- 2 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel III- 1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) pada Kuisisioner .....	48
Tabel III- 2 Distribusi Indikator <i>Product Quality</i> (X1) pada Kuisisioner .....	49
Tabel III- 3 Distribusi Indikator <i>Word Of Mouth</i> (X1) pada Kuisisioner.....	50
Tabel III- 4 Distribusi Indikator <i>Brand Image</i> (X3) pada Kuisisioner .....	51
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Raket Li-ning .....	71
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i> .....	76
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	77
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	78
Tabel IV- 10 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel IV- 11 Uji Multikolinearitas .....	80
Tabel IV- 12 Uji Gletser .....	81
Tabel IV- 13 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	82
Tabel IV- 14 Uji Analisis Linear Berganda .....	83
Tabel IV- 15 Uji t.....	85
Tabel IV- 16 Uji F.....	86
Tabel IV- 17 Uji Determinasi (R2) .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Tahap- Tahap Keputusan Pembelian.....	17
Gambar II- 2 Model Empiris.....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Data Responden
- Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran IV Uji Validitas
- Lampiran V Uji Reliabilitas
- Lampiran VI Uji Asumsi Klasik
- Lampiran VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran VIII Uji Hipotesis
- Lampiran IX  $r$  Tabel
- Lampiran X  $t$  Tabel
- Lampiran XI  $F$  Tabel
- Lampiran XII Kartu Bimbingan
- Lampiran XIII Kartu Peserta Seminar

