

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI WORD OF MOUTH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK UMKM BUBUR BAYI
ORGANIK ZADA *KIDS* DI VILLA GADING HARAPAN 1**

SKRIPSI

OLEH:

RANY ANGGRAINI

202110325010



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui
Word of Mouth Sebagai Variabel
Intervening Pada Produk UMKM Bubur
Bayi Organik Zada *Kids* di Villa Gading
Harapan 1

Nama Mahasiswa : Rany Anggraini
Nomor Pokok : 202110325010
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN : 0326126102

NIDN : 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Melalui *Word of Mouth*
Sebagai Variabel Intervening Pada Produk
UMKM Bubur Bayi Organik Zada Kids di Villa
Gading Harapan 1

Nama Mahasiswa : Rany Anggraini

Nomor Pokok : 202110325010

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN: 0012016601

Sekretaris Tim : Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

Penguji

NIDN: 0303038004

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN: 0326126102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rany Anggraini
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325010
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 27 September 2001
Alamat : Mutiara Gading Riviera, Tambun Utara, Bekasi
17510

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Word of Mouth* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Bubur Bayi Organik Zada Kids di Vila Gading Harapan 1”. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Rany Anggraini
202110325010

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Word of Mouth* dapat mempengaruhi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Zada Kids* yang ada di Perumahan Villa Gading Harapan 1.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, *purposive sampling* untuk memperoleh sample dalam penelitian ini. Besaran sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 110 responden dan terfokus pada konsumen *Zada Kids* di Villa Gading Harapan 1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh dan ada juga yang tidak berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*, 2). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*, 4). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 5). Keputusan Pembelian tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*, 6). *Word of Mouth* mampu memediasi secara parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, 7). *Word of Mouth* tidak mampu memediasi secara penuh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

This research aims to determine whether Word of Mouth can influence product quality and price on purchasing decisions for container products Zada Kids in the Villa Gading Harapan 1.

This study uses a quantitative research method with purposive sampling to obtain the sample. The sample size used in this study consists of 110 respondents, focusing on Zada Kids consumers in Villa Gading Harapan 1. The results of this study indicate that there are variables that influence each other and some that do not, as explained briefly below: 1) Product Quality has a positive and significant effect on Word of Mouth, 2) Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decision, 3) Price has a positive and significant effect on Word of Mouth, 4) Price has a positive and significant effect on Purchase Decision, 5) Purchase Decision does not have a positive and significant effect on Word of Mouth, 6) Word of Mouth partially mediates the relationship between Product Quality and Purchase Decision, 7) Word of Mouth does not fully mediate the relationship between Price and Purchase Decision.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Word of Mouth* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk UMKM Bubur Bayi Organik Zada Kids di Villa Gading Harapan 1”. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulus nya kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Prof. Dr. Adler Haymans Manurung SE, SH, M.Com., ME., CERA, CBV, CIMBA, RFC, CIRR, CIQaR, CMA, CDMS, CIFM, CIPA, CIMA, CIERM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik selama perkuliahan

5. Ibu Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, M.B.A., selaku Dosen Pembimbing I skripsi. Terimakasih telah membimbing, memberi arahan, memberi dorongan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dovina Navanti S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing II skripsi. Terima Kasih telah membimbing, memberi arahan, dan dorongan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua, yaitu Papah dan Mamah yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Sahabat serta teman seperjuangan skripsi anggota CAMET yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah mendengarkan keluh kesah, saling membantu dan terus bersama selama 3,5 tahun ini serta mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini bersama-sama.
9. Dan yang terakhir, teruntuk diri saya sendiri . Terimakasih kamu sudah mau berjuang dan bertahan sampai titik ini. Terimakasih atas semangat dan kerjakeras yang sudah kamu lakukan. Hanya diri kamu sendiri yang tau bagaimana berat nya kamu untuk bisa menyelesaikan tanggung jawab sampai sejauh ini. *Big proud of you!!*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan atau masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, sangat besar harapan peneliti adanya masukan dan saran dari pembaca demi perbaikan pada penelitian ini dapat berkembang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Telaah Teoritis.....	12
2.1.1. Kualitas Produk.....	12
2.1.2. Harga.....	15
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4. <i>Word of Mouth (WOM)</i>	19
2.2. Telaah Empiris	22
2.2.1. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Konseptual	25
2.4. Hipotesis	26
2.5. Paparan Antar Variabel	27
2.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.5.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.5.3. Pengaruh Harga Terhadap <i>Word of Mouth</i>	28

2.5.4.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.5.5.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Word of Mouth</i>	29
2.5.6.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Word of Mouth</i>	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1.	Tahapan Penelitian	30
3.2.	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	31
3.2.1.	Populasi Penelitian	31
3.2.2.	Sampel Penelitian	31
3.3.	Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1.	Jenis Data	32
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.3.	Teknik Pengukuran Data	33
3.4.	Operasional Variabel	34
3.4.1.	Pengertian Variabel	34
3.5.	Metode Analisis Data	38
3.5.1.	Teknik Analisis Data SEM PLS	38
3.5.2.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	39
3.5.3.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.6.	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	Gambaran Umum Pembahasan	43
4.1.1.	Sejarah Perusahaan	43
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.3.	Logo Perusahaan	44
4.1.4.	Jenis Produk	45
4.2.	Deskripsi Data	45
4.2.1.	Identitas Responden	45
4.3.	Hasil Analisis Data	47
4.3.1.	Skema Model Partial Least Square	47
4.3.2.	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	48
4.3.3.	Pengujian Model Struktural (Inner Model)	53

4.3.4. Pengujian Hipotesis.....	56
4.4. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penjualan Zada Kids Juni 2023 - Juni 2024	4
Tabel 1. 2 Jumlah Data Konsumen (Juni 2023 - Juni 2024)	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Hasil Outer Model (Loading Factor).....	49
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model (Loading Factor) Tahap 2.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted	51
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Realibility.....	52
Tabel 4. 8 Hasil R Square.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Q Square.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra-Survey.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. 1 Logo Zada Kids.....	44
Gambar 4. 2 Outer Model.....	48
Gambar 4. 3 Inner Model.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisioner

Lampiran 3 : Hasil Pengelolaan SmartPLS 4.0

Lampiran 4 : Uji Plagiarisme

Lampiran 5 : Uji Referensi

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

Lampiran 7 : Biodata Diri

