

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada CV Pramita Kediri. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh melalui data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada CV Pramita Kediri. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 384 konsumen dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Tehnik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t secara parsial variabel kualitas produk, harga dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Pramita Kediri. Hasil uji F secara simultan kualitas produk, harga dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV Pramita Kediri.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, *Word of mouth*, Keputusan Pembelian.**

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman judul.....	ii
Halaman Pengesahan Proposal Skripsi .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Tinjauan Dan Kajian Pustaka.....	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.2.2 Kualitas Produk .....	11
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk ...	11
2.2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi	
Kualitas Produk .....	11
2.2.2.3 Konsep Kualitas Produk .....	12
2.2.2.4 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.2.3 Harga .....	13
2.2.3.1 Pengertian Harga .....	13
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	14
2.2.3.3 Peranan Harga .....	16
2.2.3.4 Indikator Harga .....	17
2.2.4 <i>Word Of Mouth</i> .....	18
2.2.4.1 Pengertian WOM .....	18
2.2.4.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	18
2.2.5 Keputusan Pembelian .....	19
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	
.....	19
2.2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi	
Keputusan Pembelian .....	20

2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	21
2.4 Kerangka Teoritik	24
2.5 Hipotesis	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>19</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Lokasi Penelitian	19
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	32
3.8 Identifikasi Variabel	34
3.9 Definisi Operasional Variabel	35
3.10 Teknik Analisis Data	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>43</b>
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan	43
4.1.2 Visi Dan Misi CV Pramita Kediri	43
4.1.3 Jam Kerja CV Pramita Kediri	44
4.1.4 Gambaran Umum Responden	44
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	47
4.2.2 Uji Instrumen	57
4.2.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	59
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.2.2.5 Uji Hipotesis	64
4.3 Interpretasi	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>71</b>