

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of advertising, the quality of Komatsu and word of mouth to the decision of purchasing vivo smartphones in the hamlet of Baldan Anom 2 village in the Anom district of Gedangan Sidoarjo. The type of research uses quantitative. Village Society Anom of Gedangan District Sidoarjo as its population. How to take samples using quota sampling, sample 75 people. The data collection process is using a list of questions already tested. The analysis system uses multiple regression. Obtained analysis results using the T-Test concluded that the ad is significant and positive affects the purchase decision with the $T_{\text{Calculate}}$ of 2.616 with a value of sig. 0.011. The quality of the influential product is not significant and negative to the purchase decision with a T_{count} of -1.012 with a value of sig. 0.315. Word of mouth has significant and positive effect on the purchase decision with a T_{count} of 4.397 with a value of sig. 0.000. While test F simultaneous obtained 14.526 results with a value of sig. 0.000.

Keyword: Advertising, product quality, word of mouth, purchasing decisions

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *Smartphone* vivo di dusun Keboan Anom 2 desa Keboan Anom kecamatan Gedangan Sidoarjo. Tipe penelitian menggunakan kuantitatif. Masyarakat desa Keboan Anom kecamatan Gedangan Sidoarjo sebagai populasinya. Cara mengambil sampel yaitu menggunakan sampling kuota, sampel 75 orang. Proses pengumpulan data yaitu menggunakan daftar pertanyaan yang sudah di diuji coba. Sistem analisis menggunakan regresi berganda. Didapatkan hasil analisis menggunakan uji t disimpulkan bahwa iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 2,616 dengan nilai sig. 0,011. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar -1,012 dengan nilai sig. 0,315. *Word of mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 4,397 dengan nilai sig. 0,000. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 14,526 dengan nilai sig. 0,000.

Kata kunci: Iklan, kualitas produk, *word of mouth*, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Bauran Pemasaran	19
2.2.3 Perilaku Konsumen	20
2.2.4 Iklan	22
2.2.4.1 Pengertian Iklan	22
2.2.4.2 Tujuan Iklan	23
2.2.4.3 Media Iklan	25
2.2.4.4 Indikator Iklan	26
2.2.5 Kualitas Produk	27
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	27
2.2.5.2 Tingkatan Produk	28
2.2.5.3 Hirarki Produk	29

2.2.5.4 Indikator Kualitas Produk	30
2.2.6 <i>Word Of Mouth</i>	31
2.2.6.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	31
2.2.6.2 Alasan Memilih <i>Word Of Mouth</i>	32
2.2.6.3 Karakteristik <i>Word Of Mouth</i>	32
2.2.6.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	35
2.2.7 Keputusan Pembelian	36
2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.2.7.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	36
2.2.7.3 Proses Keputusan Pembelian	39
2.2.7.4 Indikator Keputusan Pembelian	41
2.3 Kerangka Konseptual	42
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	47
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Jenis Data	49
3.3.2 Sumber Data	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	50
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	50
3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	52
3.4.3.1 Lokasi Penelitian	52
3.4.3.2 Jadwal Penelitian	52
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ...	52

3.5.1	Variabel Penelitian	52
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	53
3.6	Teknik Analisis Data	57
3.6.1	Pengujian Intrumen Penelitian	57
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	58
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.6.4	Pengujian Hipotesis	62
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1	Profil Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan ..	65
4.1.2	Visi dan Misi	66
4.1.3	Struktur Organisasi	68
4.1.4	Penduduk dan Pekerjaan	69
4.2	Deskripsi Responden	70
4.2.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.3	Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	72
4.3.1	Iklan (X_1)	73
4.3.2	Kualitas Produk (X_2)	74
4.3.3	<i>Word Of Mouth</i> (X_3)	75
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y)	76
4.4	Analisis Data Penelitian	77
4.4.1	Uji Instrumen Penelitian	79
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	83
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.4.4	Pengujian Hipotesis	91
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.5.1	Pembahasan Analisis Deskriptif	95
4.5.2	Pembahasan Analisis Regresi	95

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Simpulan	99
5.2 Saran	100
 DAFTAR PUSTAKA	 101

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan	14
Tabel 3.1 Skala likert	51
Tabel 4.1 Jenis Pekerjaan Masyarakat Desa Keboan Anom	69
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4.3 Usia Responden	71
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Iklan (X_1)	73
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_2)	74
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_3)	75
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 4.9 Perolehan Data Variabel X dan Y	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas X dan Y	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	87
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.18 Koefisien Korelasi	90
Tabel 4.19 Interpretasi Koefisien Korelasi	91
Tabel 4.20 Hasil Uji f	92
Tabel 4.21 Hasil Uji t	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Keboan Anom	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Format Revisi Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian (Kampus)
- Lampiran 4 : Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 8 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 9 : Matriks Penelitian