

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM
DI ES GUBUK MERAK DURIAN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

PANDORA RAZAQ DEVONA

NIM 4117250

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM
DI ES GUBUK MERAK DURIAN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

PANDORA RAZAQ DEVONA

NIM 4117250

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PANDORA RAZAQ DEVONA
NIM : 4117250
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI ES GUBUK MERAK DURIAN PEKALONGAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya atau laporan penelitian yang penulis lakukan sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebesar-besarnya.

Pekalongan, 07 Juni 2023
Yang Menyatakan,



Pandora Razaq Devona
NIM. 4117250

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
Jl. Kambing Desa Trayeman, Slawi, Kab. Tegal

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
Sdr. Pandora Razaq Devona

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c/q. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
di
Pekalongan

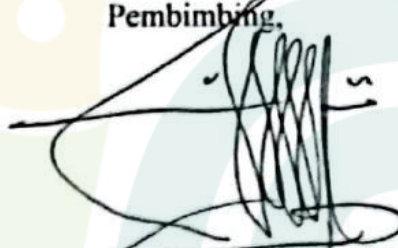
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari :

Nama : PANDORA RAZAQ DEVONA
NIM : 4117250
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI ES GUBUK MERAK DURIAN PEKALONGAN

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut segera dimunaqosahkan.
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 07 Juni 2023
Pembimbing,



Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 19820527 201101 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **PANDORA RAZAQ DEVONA**
NIM : **4117250**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI ES GUBUK MERAK DURIAN PEKALONGAN**
Pembimbing : **Mansur Chadi Mursid, M.M**

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 28 Juli 2023 dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Dr. Tamamudin, S.E., M.M.
NIP 19791030 200604 1 018

Penguji II


Fitri Kurniawati, ME.Sy.
NIP 19870612 202012 2 015

Pekalongan, 28 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar-Ra'd ayat 11)



PERSEMBAHAN

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan baik bantuan materiil maupun non materiil dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Dengan rasa syukur yang mendalam, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua Alm. Bambang Giriwono dan Rusyanti tercinta yang selalu menyayangi, membimbing, mendukung dan mendoakan saya tanpa henti. Beliau adalah semangat bagi saya dan segalanya bagi saya.
2. Almamater saya Program Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mansur Chadi Mursid, M.M selaku dosen pembimbing skripsi
4. Dr. Achmad Tubagus surur, M.Ag. selaku dosen pembimbing akademik (DPA)
5. Seluruh teman-teman mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang telah bersedia membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga segala dukungan dan doa yang baik kembali kepada kalian semua dan semoga Allah SWT senantiasa mempermudah segala urusannya.

ABSTRAK

PANDORA RAZAQ DEVONA. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Es Gubuk Merak Durian Pekalongan.

Penelitian ini dilakukan di Es Gubuk Durian Merak Pekalongan, persaingan ketat pada fenomena yang terjadi pada es durian, namun es durian merak tetap laris dan memiliki pelanggan yang berdedikasi pada bisnis tersebut. Dalam segi pemasaran pun masih sederhana yaitu menggunakan *Word Of Mouth* namun pelanggan selalu ada dan loyal disaat gempuran banyak pembisnis lainnya. Perusahaan dapat mengembangkan bisnis durian yang sukses, harus mempertahankan produk yang lebih unggul dari yang dihasilkan oleh pesaing, baik dari segi kualitas dan nilai, serta mempertahankan standar kualitas layanan dan kualitas produk yang tinggi. Jika pelanggan senang dengan produk atau layanan, mereka akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarga. Hal ini merupakan komponen penting dari strategi pemasaran metode *Word Of Mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan konsumen muslim di Es Gubuk Merak Durian Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuisisioner) yang dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*, pengambilan sampel ini dilakukan secara acak.

Hasil dalam penelitian ini, bahwa variabel harga produk, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh yang positif/signifikan pada keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan. Sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan.

Kata kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Word Of Mout*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

PANDORA RAZAQ DEVONA. The Influence of Price, Product Quality, Service Quality, and Word Of Mouth on Purchase Decisions of Muslim Consumers at Es Gubuk Merak Durian Pekalongan.

This research was conducted at Es Gubuk Durian Merak Pekalongan, competition is tight regarding the phenomenon that occurs in durian ice, but Merak durian ice is still popular and has customers who are dedicated to the business. In terms of marketing, it is still simple, namely using word of mouth, but customers are always there and loyal when many other business people are attacked. In order for a company to develop a successful durian business, it must maintain products that are superior to those produced by competitors, both in terms of quality and value, and maintain high standards of service quality and product quality. If customers are happy with a product or service, they will recommend it to friends and family. This is an important component of the Word Of Mouth marketing strategy. This research aims to determine the influence of price, product quality, service quality, and word of mouth on the decisions of Muslim consumers at Es Gubuk Merak Durian Pekalongan.

This research is a type of quantitative research. The data collection method used in this research was a questionnaire method using a sample of 96 respondents. The sampling technique is accidental sampling, this sampling is done randomly.

The results of this research are that the variables product price, service quality, and Word of Mouth have a positive/significant influence on Muslim consumers' purchasing decisions at Es Gubuk Durian Merak Pekalongan. Meanwhile, the product quality variable does not have a positive effect on Muslim consumers' purchasing decisions at Es Gubuk Durian Merak Pekalongan.

Keywords: Effect of Price, Product Quality, Service Quality, Word Of Mouth, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Ibu Suswati yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 31 Mei 2023



PANDORA RAZAQ DEVONA
NIM. 4117250

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan teori	15
1. <i>Theory Of Reason Action</i> (Teori Tindakan beralasan).....	15
2. Keputusan Pembelian.....	19
3. Harga Produk	28
4. Kualitas Produk	32
5. Kualitas Pelayanan	35
6. Word Of Mouth	39

B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Teori.....	48
D. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Pendekatan Penelitian.....	53
C. Setting Penelitian.....	53
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	54
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data.....	59
G. Sumber Data.....	60
H. Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Sejarah Es Gubuk Merak Durian Pekalongan.....	66
B. Data Responden.....	67
C. Analisis Data.....	74
D. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Keterbatasan Penelitian.....	95
C. Saran Penelitian.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	I

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Usaha Olahan Buah Durian Berskala Kecil dan Mikro di Pekalongan	5
Tabel 1.2 Target dan realisasi Es Gubuk Durian periode Januari 2022 – Februari 2023.....	6
Tabel 2.1 Kajian Riset Terdahulu	44
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4.1 Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Analisis Responden Berdasarkan Umur	67
Tabel 4.3 Analisis Responden Berdasarkan Umur	68
Tabel 4.4 Analisis Data Deskriptif Harga Produk (X1).....	69
Tabel 4.5 Analisis Data Deskriptif Kualitas Harga (X2).....	70
Tabel 4.6 Analisis Data Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3).....	71
Tabel 4.7 Analisis Data Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	72
Tabel 4.8 Analisis Data Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	73
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Harga Produk (X1)	74
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	75
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	75
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X4)	76
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.15 Uji Normalitas Monte Carlo	80
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.18 Uji t hitung	83
Tabel 4.19 Uji F.....	86
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4.21 Uji Linier berganda	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM Makanan dan Minuman Tingkat Nasional Di Indonesia (2019)	3
Gambar 2.1 Kerangka Teori	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	II
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner	V
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data.....	XIV
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data	XVIII
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	XIX
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	XXII
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	XXIII
Lampiran 8 Tabulasi t dan r Tabel	XXIV
Lampiran 9 Surat Permohonan Izin Penelitian	XXVIII
Lampiran 10 Surat Balasan Izin Penelitian	XXIX
Lampiran 11 Surat Keterangan Similitary Checking.....	XXX
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	XXXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

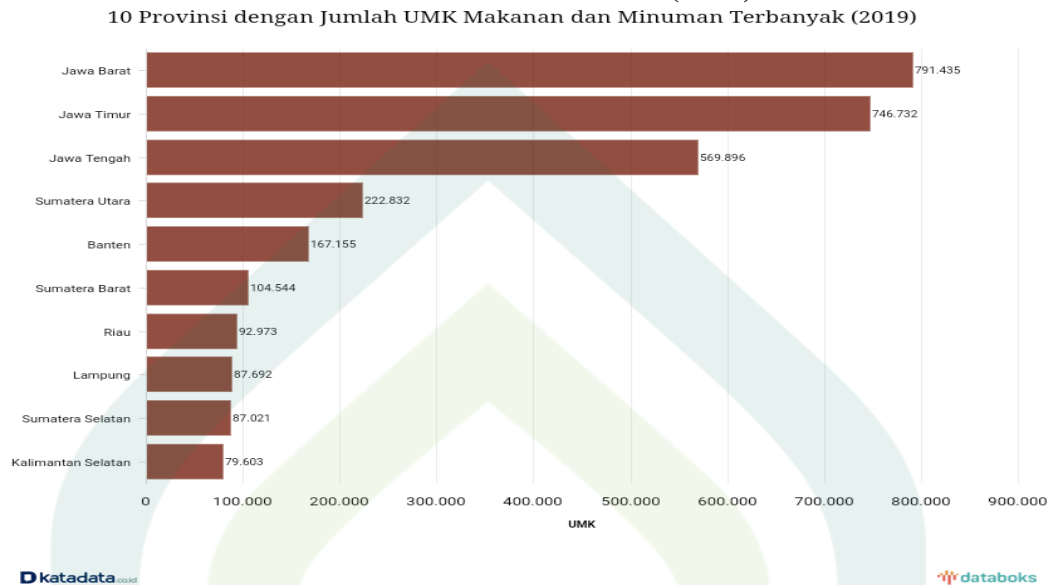
Perkembangan bisnis di Indonesia akhir-akhir ini sangat pesat, dan diperkirakan tingkat persaingan bisnis akan terus mengalami transformasi. Hal ini diharapkan terjadi terutama di sektor kuliner yang meliputi industri makanan dan minuman. Semua orang yang terlibat dalam bisnis memiliki hak hukum untuk secara bebas memasuki dunia bisnis, tetapi mereka juga berkewajiban untuk tetap dapat beradaptasi dalam menghadapi perubahan dan memetakan tindakan yang mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai tujuan akhir. Menghadapi situasi ini setiap pengusaha harus beradaptasi, dan melihat kondisi lingkungan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pengusaha harus berusaha keras menaruh layanan terbaik yang mereka miliki pada konsumen, kualitas layanan diukur dengan membandingkan layanan. Karena dengan layanan yang baik dan puas makan konsumen akan menetapkan sebuah keputusan pembelian. Faktor budaya, subkultur, sosial, dan bahkan individu semuanya berperan dalam membentuk preferensi dan pembelian makanan cepat saji konsumen.

Pembelian yang dilakukan oleh konsumen mengungkapkan preferensi mereka dan proses pengambilan keputusan. Saat memilih suatu produk konsumen bebas memilih apa saja yang ingin dibelinya, dimana letaknya, kapan waktu membelinya, bagaimana cara pembayarannya, dan mengapa

harus membeli produk tersebut. Ketika memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak, Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan pembelian sebagai tindakan memilih satu hasil dari dua atau lebih alternatif yang mungkin (Effendi, 2020). Niat konsumen akan memainkan peran penting dalam menentukan apakah mereka akan membeli suatu produk atau tidak. Beri pelanggan pilihan untuk memilih dari berbagai ukuran porsi untuk makanan dan minuman mereka.

Keputusan pembelian berpotensi mempengaruhi bagaimana prosedur pengambilan keputusan dilakukan. Menurut penelitian Astuti dan Hasbi dari tahun 2020, proses pengambilan keputusan bersifat subyektif dalam menentukan produk yang ideal, tetapi secara inheren bersifat cair karena dibentuk oleh berbagai detail. (Farisi,2018), pengambilan keputusan merupakan aktivitas individu yang berkaitan langsung dengan pencapaian menggunakan dan mengelola pembelian barang dan jasa. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap konsumen menentukan keputusan pembelian ketika harus memilih produk untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan. Setelah menyelesaikan prosedur ini, pelanggan akan dapat menilai keputusan mereka dan menentukan langkah- langkah berikut yang harus diambil. Informasi berikut ini berkaitan dengan usaha mikro makanan dan minuman yang berlokasi di Indonesia.

Gambar 1.1
Jumlah UMKM Makanan dan Minuman Tingkat Nasional
Di Indonesia (2019)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Visualisasi Gambar 1.1 Menurut survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik tahun 2019, terdapat sekitar 2,9 juta UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman di negara Indonesia. Pada tahun 2019, Jawa Barat melampaui setiap provinsi lain dalam hal pertumbuhan penduduk. Terdapat 2.949.881 usaha kecil makanan dan minuman. Pada tahun 2019, Provinsi Jawa Barat memiliki konsentrasi UKM terkait makanan dan minuman tertinggi, dengan total 791,435 UMK. Menyusul Jawa Timur di posisi kedua dengan 746.732 UMK UMKM, Jawa Tengah menempati posisi ketiga dengan 569.896 UMK makanan dan minuman, disusul Sumatera di posisi keempat, Banten, Riau, Lampung, dan Kalimantan masing-masing di posisi berikutnya. (Databoks,2019)

Dengan gaya hidup konsumen yang bervariasi terutama bagi konsumen setiap wilayah memiliki warisan budaya dan makanan yang unik. Kota Pekalongan merupakan rumah bagi salah satu dari sekian banyak usaha kecil skala mikro yang mampu berkembang di kota-kota besar berkat banyaknya peluang komersial yang tersedia di sana. Ditengah masyarakat kota pekalongan banyak bisnis yang dijalankan seperti batik, cafe, bisnis kuliner, angkringan, dll. Sehingga wajar apabila bisnis baru mulai bermunculan salah satunya yaitu bisnis yang mengolah dengan bahan baku buah durian. Usaha yang sedang berkembang olahan ini berasal dari buah yaitu buah durian dimana bahan baku yang digunakan sangat mudah didapat. Bahan baku yang mudah didapatkan dapat mempermudah jalannya suatu usaha yang diproduksi bagi penjual. Durian merupakan buah yang enak dan disukai sebagian orang karena rasanya yang manis, warna buah yang kuning, bau yang manis dan tulang kulit yang tajam merupakan ciri khas fisik buah durian.

Rasa manis yang ada pada buah durian ini biasanya dimanfaatkan sebagian orang untuk keperluan komersial. Namun dalam pengolahan yang tidak tepat maka buah durian bisa jadi cepat membusuk dan jika dijual akan mengurangi nilai jual yang rendah, maka dari itu para pebisnis menggunakan kesempatan ini untuk mengolah kembali buah durian untuk dijadikan makanan atau minuman, contoh pancake durian, sop durian, es durian, durian shake, dan sebagainya. Berikut tabel yang bersangkutan pada pebisnis di daerah Pekalongan yang menjual dengan olahan berdasar buah durian.

Tabel 1.1
Daftar Usaha Olahan Buah Durian Berskala
Kecil dan Mikro di Pekalongan

NO	NAMA USAHA	ALAMAT
1.	Es Durian Merak	Jl. Merak N0 14 Kandang Panjang
2.	Es Durian Bang Suudi	Jl. Belimbing No 114
3.	D'Juragan Es Durian	Kraton
4.	Durian Shake	Klego
5.	Es Durian Kurinci	Jl. Kurinci N0 1
6.	Cafe Es Teller Durian Nyinyir	Jl. Urip Sumorharjo No 394
7.	Sop Buah Durian Bang Maman	Alun-Alun Kajen
8.	Doyan Duren Gamer	Gamer
9.	Kedai Durian dan Batagor	Jl. Binagriya
10.	Es Buah Durian Jetayu	Jetayu
11.	Es Cendol Durian Pak Jenggot	Karanganyar
12.	Es Campur Durian	Jl angkatan 66 Kramatsari
13.	Es Ketan Durian	Wirodutan bojong
14.	Es Cendol Durian	Sapuro

Sumber : Data Primer (2023)

Data diatas, dapat disimpulkan bahwa sangat berpeluang besar bagi para pembisnis membuka usaha bisnis di bagian olahan buah durian salah satunya yaitu usaha olahan es buah durian merak. Es durian merak juga menawarkan berbagai varian rasa ada alpukat, nangka, es kopyor, dll. Dan ditambah lagi yang dimana pekalongan terkenal soto tauto dan pecel pelaku bisnis ini sangat kreatif yaitu dengan menghadirkan makanan khas pekalongan yaitu soto tauto dan pecel, jadi selain es durian juga ada makanan khas pekalongan. Es Gubuk Durian Merak ini berdiri sejak 1982, dengan berdirinya sudah lama sekali maka es gubuk durian ini terkenal es legend di pekalongan. karena pelaku bisnis ingin menciptakan kualitas yang bagus dan harga terjangkau harga ini sangat mudah dijangkau untuk kaum bawah menengah hingga keatas. walaupun banyak menu varian yang dijual Es

Gubuk Durian tetap mengutamakan es duriannya. Namun penjualan es gubuk durian mengalami ketidak stabilan dan fluktuatif tidak sesuai ekspektasi penjual seperti yang disajikan tabel di bawah ini.

Tabel 1.2
Target dan realisasi Es Gubuk Durian
Periode Januari 2022 – Februari 2023

Bulan	Tahun	Target	Realisasi Penjualan	Realisasi Presentase
Januari	2022	500	400	80%
Februari	2022	500	425	85%
Maret	2022	500	410	82%
April	2022	500	445	89%
Mei	2022	500	425	85%
Juni	2022	500	425	80%
Juli	2022	500	375	75%
Agustus	2022	500	390	78%
September	2022	500	375	75%
Oktober	2022	500	375	75%
November	2022	500	380	76%
Desember	2022	500	375	75%
Januari	2023	500	375	75%
Februari	2023	500	365	73%

Sumber : Data diolah dari jumlah kunjungan pelanggan di Es Gubuk Durian Pekalongan

Tabel 1.2 menyajikan hasil jumlah penjualan yang fluktuatif, menurut pernyataan ibu suswati pemilik es gubuk durian akhir tahun kemarin 2022 dengan bulan awal tahun sampai bulan Februari 2023 mengalami penurunan dikarenakan adanya bencana banjir yang menimpa es gubuk durian tersebut. Maka tidak memungkinkan untuk pelanggan yang banyak untuk datang

dikarenakan tempat yang mengalami banjir besar. Dari dampak banjir tersebut mengalami dampak pada penyusutan hasil penjualan sampai 73% pada bulan Februari 2023. Untuk berhasil dalam dunia bisnis saat ini, yang semakin kompetitif, perusahaan harus lebih kreatif dan banyak akal. Artinya, agar suatu perusahaan dapat mengembangkan bisnis durian yang sukses, harus mempertahankan produk yang lebih unggul dari yang dihasilkan oleh pesaing, baik dari segi kualitas dan nilai, serta mempertahankan standar kualitas layanan dan kualitas produk yang tinggi.

Jika pelanggan senang dengan produk atau layanan, ada kemungkinan besar mereka akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarga mereka, yang merupakan komponen penting dari strategi pemasaran metode *word of mouth*. Karena harga pondok es durian cenderung berfluktuasi dari bulan ke bulan, keterjangkauan merupakan faktor utamabagi banyak pembeli berpenghasilan rendah. Hal ini karena konsumen dapat terpengaruh untuk melakukan pembelian karena perbedaan harga.

Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sangat penting bagi bisnis, meskipun faktanya harga hanyalah salah satu komponen bauran pemasaran. Perilaku konsumen adalah tindakan dimana konsumen berhubungan erat ketika terjadi suatu proses pembelian mulai dari mencari, meneliti, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa. Perilaku konsumen ini yang akan menjadi dasar konsumen ketika membuat keputusan pembelian (Firmansyah, 2018). William Stanto (14:1989) berpendapat bahwa sebelum manajemen dapat menetapkan harga, mereka harus menentukan strategi untuk

menangani diskon harga dan faktor lain yang mempengaruhi harga. Harga suatu produk perlu mencapai keseimbangan antara terlalu murah dan terlalu mahal di mata konsumen, sambil tetap membiarkan bisnis menghasilkan keuntungan. Sebagian besar konsumen menganggap biaya sebagai refleksi akurat dari kualitas produk.

Akibatnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk percaya bahwa harga permintaan yang lebih tinggi menunjukkan produk atau layanan dengan kualitas unggul. Bisnis sering menggunakan penetapan harga sebagai alat taktis dalam operasi sehari-hari mereka. Karena pelanggan menentukan harga suatu barang atau jasa, pelaku bisnis harus selalu berinisiatif untuk menetapkan harga promosi yang akan diminati pelanggan. Konsumen untuk memiliki akses ke berbagai produk makanan berkualitas tinggi yang memenuhi preferensi masing-masing dalam hal rasa dan tekstur sambil tetap berada dalam kisaran harga yang wajar. Pelanggan lebih cenderung untuk membeli kembali suatu produk jika mereka senang menggunakannya dan menemukan bahwa itu memenuhi kebutuhan mereka. Setelah harga yang terjangkau konsumen pasti akan melihat kualitas dari produk yang dibeli entah itu dari segi rasa, kemenarikan sebuah produk dan lain-lain.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kualitas produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dimana kualitas produk sangat penting bagi konsumen karena setelah harga, kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen berikutnya. Kualitas dari produk durian ini juga disukai oleh pelanggan es gubuk durian dikarenakan ada

beberapa variasi rasa. Kecenderungan konsumen memilih produk makanan berkualitas yang sesuai dengan selera dan keinginannya serta memiliki harga yang relatif terjangkau. Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai "kualitas suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang nyata." Jika konsumen percaya bahwa produk tersebut sesuai untuk mereka dan bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka mereka lebih cenderung membuat pilihan untuk membeli produk tersebut secara konsisten.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen juga akan memperhatikan pelayanan yang diberikan pada pelaku usaha, karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan menambah nilai plus dan menimbulkan rasa nyaman pada hati konsumen. Bitner dan Hubbert dalam penelitiannya tentang konsep pelanggan yang menerima baik faktor yang lebih rendah maupun yang lebih tinggi akan membuat pelanggan mempertahankan respon positif yang pada gilirannya akan membangun kepercayaan pelanggan. Perilaku yang dipersepsikan konsumen memiliki pengaruh yang berbeda dengan pengalaman penyedia jasa dengan kinerja tinggi yang dapat menimbulkan loyalitas pelanggan, keuntungan yang tinggi, dan peningkatan penjualan. Oleh karena itu, jika pelanggan puas dengan perusahaan, dia akan berpikir bahwa perusahaan memberikan layanan yang berkualitas tinggi.

Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen di es gubuk durian pelanggan membeli suatu produk sesuai harapan dari situlah pelanggan akan merekomendasikan produknya ke pelanggan lain. Salah satu cara pemasaran suatu produk adalah dengan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain yang berasal dari pelanggan produk tersebut. Ini adalah penjelasan yang diberikan dari metode *Word Of Mouth*. Pelanggan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain berdasarkan pengalaman mereka sendiri saat membeli produk tersebut dan penggunaan selanjutnya dari produk tersebut. Persaingan ketat pada fenomena yang terjadi pada es durian, namun es durian merak tetap laris dan memiliki pelanggan yang berdedikasi pada bisnis tersebut. Dalam segi pemasaran pun masih sederhana yaitu dengan menggunakan *Word Of Mouth* namun pelanggannya tetap selalu ada atau loyal disaat gempuran banyak pembisnis lainnya.

Pendekatan konsumen ini peneliti memilih konsumen muslim dimana sebelum melakukan wawancara menanyakan agamanya terlebih dahulu. Karena peneliti mengambil sampel agar lebih efektif dan efisien, maka tidak akan dipelajari sekalipun, misalnya, konsumennya bukan muslim. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen muslim di es gubuk merak durian pekalongan.”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
4. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian Merak Pekalongan?
5. Apakah harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
2. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
4. Untuk menganalisis *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di es gubuk durian merak Pekalongan?
5. Untuk menganalisis harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian konsumen?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu penelitian dibidang pemasaran juga kaitannya dengan keputusan pembelian. Bagi pihak yang berkaitan, penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai wawasan maupun referensi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti mempunyai kesempatan dalam menerapkan wawasan, ilmu dan teori-teori yang diperoleh semasa perkuliahan sehingga peneliti dapat memahami perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.

b. Bagi Pembaca

Output dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca mengenai pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi tentang pengaruh harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di es gubuk durian merak pekalongan.

E. Sistematika Pembahasan

Penulis membagi pembahasan mengenai pengaruh faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pelanggan di es Gubuk Merak Durian Pekalongan ke dalam lima bab sistematis berikut ini guna memudahkan pengembangan sebuah tesis yang terstruktur dengan baik:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran tentang topik yang tepat, khususnya sejarah masalah. Setelah menyajikan masalah dalam bentuk rumusannya, langkah selanjutnya adalah membahas tujuan penelitian serta potensi manfaatnya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan landasan teori, kerangka berfikir, hipotesis dan studi penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode yang dapat digunakan, serta variabel dan pendekatan penelitian, populasi, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan metode pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan analisis yang membahas harga, kualitas produk, kualitas layanan, dan *Word Of Mouth* mempengaruhi keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan akibat penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

- (1) Variabel harga produk mempunyai pengaruh yang positif/signifikan pada keputusan pembelian konsumen di Es Gubuk Durian Merak Pekalongan.
- (2) Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif/signifikan pada keputusan pembelian konsumen di Es Gubuk Durian Merak Pekalongan.
- (3) Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif/signifikan pada keputusan pembelian konsumen di Es Gubuk Durian Merak Pekalongan.
- (4) Variabel *Word Of Mouth* produk mempunyai pengaruh yang positif/signifikan pada keputusan pembelian konsumen di Es Gubuk Durian Merak Pekalongan.

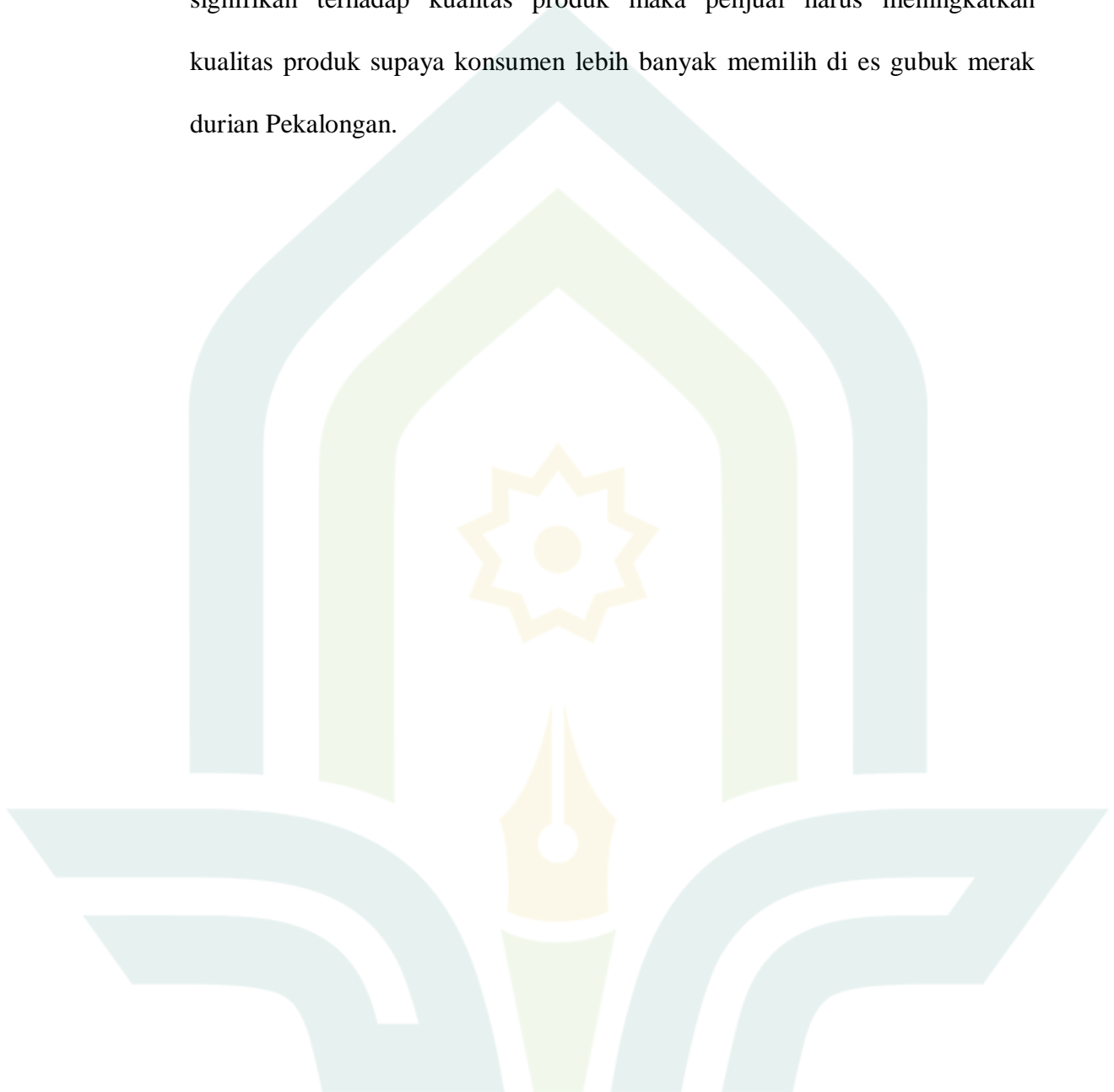
B. Keterbatasan Penelitian

Ketika melakukan penelitian, peneliti mengetahui terdapat kekurangan dan hambatan semasa penelitian yang disebabkan oleh :

1. Variabel independen ini terdapat 4 variabel yaitu harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *Word Of Mouth* variabel tersebut ada sebagian yang tidak dipengaruhi oleh keputusan pembelian.
2. Keterbatasan responden peneliti mendapat data melalui pembagian kuisioner kepada responden dan terkadang responden kurang maksimal untuk menjawab nya.
3. Lokasi penelitian mungkin masih ada banyak lagi lokasi penelitian yang bisa diteliti.

C. Saran Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, penelitian menemukan ada kurang signifikan terhadap kualitas produk maka penjual harus meningkatkan kualitas produk supaya konsumen lebih banyak memilih di es gubuk merak durian Pekalongan.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press
- Asman Nasir. (2021). *Studi kelayakan bisnis* (Kodri (ed.)). CV.Adanu Abimata
- Bancin budiman john.(2021).*Citra merek dan word of mouth*.Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Deepublish.
- Hurriyati,R 2018. “ *Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen*. ” Bandung: CV Alfabeta
- Kotler, Philips dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler,Philip dan Gary Amstrong.2004. “ *Dasar-dasar Pemasaran*”. Edisi 9.Jilid I,Jakarta, Indeks.
- Stanton, William J. 1989. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7.Jilid 2 (Jakarta:Erlangga)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (23rded.)*. ALFABETA CV
- Supranto.2006. “ *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. ” Jakarta.Rineka Cipta

JURNAL DAN SKRIPSI

- Ali, K. (2020). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24.
- Andy tejjantara, Tjog Gde Raka Sukawati.(2018). “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pelanggan untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang*. ” *E-Journal Managemen Unud*. Volume 7 No 10

- Ariella Irfan Rizqullah. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid*”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 3. No. 2.
- Aristya, Tania. Henky, Wahyudi. (2019). Harga dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian di MAC N’ GO. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 3, Nomor 6,
- Arlin Ferlina Moch. Trenggana & Rifqi Sulthan Fahrezzy. 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus*”. *Jurnal Indonesia Membangun*. Vol. 17. No. 2.
- Aziz, Y. H., & Suhartono, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth (Wom) Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembeli Minuman Es Coklat Ndeso di Taman Paseban Kabupaten Bantul) [PhD Thesis]. STIE Widya Wiwaha.
- Effendi, F. A. N. (2020). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta) [PhD Thesis]. STIE YKPN
- Erinawati, Fajrini. Syafarudin, Afriapollo. 2021. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga promosi terhadap keputusan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Bina Bangsa*, Volume 1 Nomor 1 Januari 2021
- Diantha, I Made Pasek. (2016). Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum. Jakarta: Prenada Media.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Publikasi Ilmiah*, 689–705
- Jeany, Mauli Siagian (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 330–341.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4)
- Maryati. Khoiri M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 1 Juli 2022
- Rahmat Ilham. (2018). “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Riduansah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Samarinda). *Jurnal Riset Inossa*, 2(2), 71–79.
- Rizal, Moch. Wahyuni, Dewi Urip. (2021) . Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Sari, Rissa Mustika. Prihartono. (2021) . Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi) Vol. 5 No. 3, Politeknik Piksi Ganेशha, Bandung*.
- Silvia, Sela. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Word Of Mouth Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ucok Durian Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Wibowo, Hafidh Okta. Rahayu, Saptani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* Vol 8, No 1.

ARTIKEL

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/terbanyak-nasional-jumlah-umk-makanan-dan-minuman-jawa-barat-capai-7914-ribu>.

Diakses pada tanggal 12 Januari 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Pandora Razaq Devona
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 14 April 1999
3. Alamat : Jl.Meranti 4 No 5 slamaran Rt 04 Rw
11,Kelurahan Krapyak, Pekalongan Utara, Kota
Pekalongan.
4. No. Handphone : 085640044084
5. E-mail : pandoradevona44@gmail.com
6. Nama Ayah : Alm. Bambang Eko Giriwono
7. Nama Ibu : Rusyanti

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Krapyak Lor 05 : 2005 - 2011
2. SMP Negeri 4 Wonogiri : 2011 - 2014
3. SMK Negeri 1 Wonogiri : 2014 – 2017

Pekalongan, Mei 2023



Pandora Razaq Devona