

Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Abadi Digital Printing Kota Kediri

Vrisca Falelia M¹

Universitas Islam Kediri

Baju Pramuntoko

Universitas Islam Kediri

Agung Pambudi Mahaputra

Universitas Islam Kediri

Alamat: Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

Korespondensi Penulis : faleliavrisca@gmail.com¹

Abstract. *This research aims to analyze the influence of word of mouth, price and product quality on product purchasing decisions at Abadi Digital Printing, Kediri City. This type of research is quantitative research. The sampling technique in this research was using the Accidental Sampling method. This research uses analytical techniques of validity test, reliability test, correlation coefficient test (R), multiple linear regression test, T test, and F test. The results of the research show that there is an influence of word of mouth, price, and product quality on product purchasing decisions in eternal digital printing in the city of Kediri.*

Keywords: *word of mouth, price, and product quality*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di abadi digital printing kota Kediri. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi (R), uji regresi linear berganda, uji T, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh *word of mouth*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di abadi digital printing kota Kediri.

Kata kunci : *word of mouth*, harga, dan kualitas produk.

LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha bisnis dan teknologi dalam era globalisasi saat ini semakin pesat dan berkembang ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Sebuah perusahaan haruslah menjalankan fungsi manajemen secara efektif agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Sebab, dengan adanya manajemen, perusahaan akan memiliki arah jangka panjang yang baik untuk kemudahan mencapai tujuan serta menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Untuk dapat bertahan dari persaingan, sebuah perusahaan harus memahami perilaku konsumen dan menerapkan strategi yang tepat agar konsumen bersedia melakukan pembelian ulang di toko mereka sehingga siklus perputaran barang dapat lebih ditingkatkan dan

menciptakan keuntungan yang signifikan, selain itu, konsumen masa kini lebih selektif dan rasional dalam memilih toko sebelum melakukan kegiatan memesan dan membeli.

Percetakan merupakan suatu proses memindahkan tulisan atau gambar pada kertas atau objek lainnya dengan melalui sebuah mesin cetak. Percetakan biasanya memproduksi buku, majalah, agenda dan kalender. Percetakan juga dapat menjadi media belajar maupun menjadi alat bertukar dan menambah informasi. Perkembangan sistem dan teknologi pada era globalisasi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat baik dalam skala besar, menengah maupun skala kecil. Sebab itu banyak perusahaan percetakan yang mulai menggunakan sistem dan teknologi informasi sebagai alat pendukung aktivitas bisnisnya untuk mencapai keberhasilan perusahaan dan juga sebagai modal untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.

Abadi Digital Printing adalah salah satu perusahaan percetakan yang bergerak di bidang percetakan yang melayani pemesanan cetak banner, foto, brosur, poster, sertifikat, stiker dan piagam yang diproduksi oleh Abadi Digital Printing yang kegunaannya untuk media promosi. Abadi Digital Printing merupakan salah satu perusahaan percetakan terbesar di Kota Kediri, oleh karena itu perusahaan harus mengutamakan kualitas produk. Sumber daya sistem dan teknologi informasi yang sudah ada akan diperbarui secara terus-menerus seiring perkembangan zaman yang tentunya hal tersebut akan sangat membantu Abadi Digital Printing dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

Selain harus mengutamakan kualitas produknya, Abadi Digital Printing juga harus menetapkan harga yang terjangkau dengan feedback kualitas produknya bagus, agar konsumen terus menggunakan jasa Abadi Digital Printing ini untuk membuat produk-produk yang dibutuhkan para konsumen. Selain itu perusahaan juga menjaga kualitas dan produk perusahaan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan yang juga menjadi alat untuk menarik konsumen sebanyakbanyaknya dan dapat bersaing oleh perusahaan percetakan lainnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis menyusun karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Abadi Digital Printing Kota Kediri”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dengan kuantifikasi (pengukuran).

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiono (2013: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini berhasil mendapatkan sampel sebagian konsumen Abadi Digital Printing sudah dilakukan penelitian maka responden diambilkan dari data yang ada pada konsumen Abadi Digital Printing sebesar 97 orang konsumen.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian terhadap masing-masing alat dalam penelitian ini. Diuji validitasnya sesuai dengan masing-masing alat yang terdapat pada setiap pertanyaan kuesioner. Kuesioner telah disampaikan kepada setiap responden dalam penelitian ini. Sebanyak 97 responden dan dinyatakan semua kuesioner valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diogunakan untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel, indikator dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) yang di dapat lebh dari 0,60 dengan menggunakan program SPSS pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Word Of Mouth</i> (X1)	0,669	Reliabel
Harga (X2)	0,663	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,675	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,624	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8 diatas diketahui bahwa hasil nilai *Cronbach's Alpa* (α) variabel *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian $>$ 0,60 sehingga indikator atau kuesioner dari keempat variabel tersebut reliable atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Koefisien Korelasi

Hasil pengujian uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.731	1.184

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 9 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi dengan nilai R sebesar 0,860 artinya korelasi atau hubungan antar variabel *Word Of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *Word Of Mouth*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian untuk melihat hasil pengujian hipotesis yang diajukan dapat di lihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 10
Rekapitulasi Data Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Regresi (B)	T hitung	Sig-t	Keterangan
X1 (<i>Word Of Mouth</i>)	0,152	2,074	0,041	H1 : Diterima
X2 (Harga)	0,468	4,643	0,000	H2 : Diterima
X3 (Kualitas Produk)	0,322	4,351	0,000	H3 : Diterima

**PENGARUH WORD OF MOUTH, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI ABADI DIGITAL RINTING KOTA KEDIRI**

Konstanta (a)	1,070	
Nilai Korelasi (R)	0,860	
Nilai Koefisien Determinasi (R ²)	0,740	
F _{hitung}	88,024	
Signifikansi F	0,000	H4 : Diterima
Y	Keputusan Pembelian	

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisisregresi linier berganda dengan menggunakan Uji t dan F. Adapapun hasil dai pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut ini :

1. Uji t (Secara Parsial)

1. Pengaruh variabel *Word Of Mouth* (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y)

Uji pengaruh hipotesis 1 variabel *Word Of Mouth* (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai hitung adalah 2,074 > Tabel 1,985 dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,041 < 0,05. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat bukti empiris yang cukup untuk menerima hipotesis 1, yaitu **“Terdapat pengaruh *Word Of Mouth* (X₁) secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Abadi Digital Printing Kota Kediri”**.

2. Pengaruh variabel Harga (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis 2 menguji pengaruh variabel Harga (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai t_{hitung} 4,643 > t_{tabel} 1,985, dan nilai signifikansi hitung 0,000 < 0,05. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat bukti empiris yang cukup untuk menerima hipotesis 2 yaitu **“Terdapat pengaruh Harga (X₂) secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Abadi Digital Printing Kota Kediri”**.

3. Pengaruh variabel Kualitas Produk (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis 3 menguji pengaruh variabel Kualitas produk (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai thitung adalah 4,351 > ttabel 1,985, dan nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,000 < 0,05. Artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat bukti empiris yang cukup untuk menerima hipotesis 3, yaitu **“Terdapat pengaruh Kualita Produk (X₃) secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Abadi Digital Printing Kota Kediri”**.

2. Uji F (Secara Simultan)

Pengujian hipotesis digunakan untuk secara simultan menguji signifikansi hubungan antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ANOVA dalam penelitian ini membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada taraf kepercayaan (0,05) atau dengan melihat nilai signifikansi F. Jika F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai signifikan F < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Untuk mencari F_{tabel} dapat dilihat dari nilai df yang diperoleh dari jumlah variabel bebas dalam penelitian (k), sehingga df₁ = 3 sedangkan df₂ diperoleh dari perhitungan df₂ = n-k = 97-3 = 94. Tabel F dengan tingkat probabilitas 0,05 diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Hasil dari F_{hitung} sebesar 88,024 > dari F_{tabel} sebesar 2,70 maka variabel *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk secara Bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

Interpretasi Data

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *Word Of Mouth*, Harga, dan Kualitas Produk sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari pengunjung

terhadap kondisi dari masing-masing pada variabel. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian H1 terdapat pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan Pembelian secara parsial. Diperoleh nilai t_{hitung} 2,074 sedangkan nilai signifikansi hitung $0,041 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian H2 terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung secara parsial. Diperoleh nilai t_{hitung} 4,643 sedangkan nilai signifikansi hitung $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian H3 terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung secara parsial. Diperoleh nilai t_{hitung} 4,351 sedangkan nilai signifikansi hitung $0,000 < 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

4. Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian H5 terdapat pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian secara simultan. Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $88,024 > F_{tabel}$ 2,70 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dalam melakukan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, konsumen harus dapat melakukan proses-proses pengambilan keputusan pembelian dengan benar agar keputusan pembelian yang dibuat tidak salah dan bisa sesuai apa yang dibutuhkan dan diinginkannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Abadi Digital Printing berfokus pada manajemen pemasaran terkait *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Seperti:

1. *Word Of Mouth* (X1), Harga (X2), dan variabel Kualitas Produk (X3) sebagian atau seluruhnya berhubungan atau berhubungan dengan keputusan pembelian (Y). Bentuk keintiman dan korelasi positif adalah 74%, dan sisanya 26% dipengaruhi oleh penelitian Variabel bebas selain variabel.
2. Variabel *Word Of Mouth* (X1), Harga (X2), dan Kualitas produk (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini terlihat dari hasil uji F dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga ketiga variabel berpengaruh signifikan. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* (X1), Harga (X2) dan Kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
3. *Word Of Mouth* (X3) lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu dengan nilai signifikansi 0,041. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel lainnya.

Bagi perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Abadi Digital Printing terus memperkuat promosinya lewat komunikasi *Word Of Mouth* saat ini dengan menawarkan atau mempromosikan produknya lebih luas, sambil terus melakukan inovasi produk agar kualitas produk yang ada di produk Abadi Digital Printing ini terus baik dan menjadikan tujuan utama saat konsumen ingin menggunakan jasa Abadi Digital Printing untuk kebutuhan Konsumen. Dan konsumen yang ingin membeli tidak merasa bosan atau memiliki banyak pilihan. Kemudian meningkatkan Kualitas Produk dengan harga yang tetap terjangkau untuk menarik lebih banyak konsumen ke Abadi Digital Printing Kota Kediri.

Untuk peneliti lain

- a. Peneliti lain akan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut dan melihat lebih dekat apa yang telah dipaparkan oleh peneliti sebelumnya.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ary Wicaksono, M. P. (2016). Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.8, 5098-5127.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Dharmamesta. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Fernando, M. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware ToTo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, 441-469.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivarial dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Keller, & Kotler. (2016). *Marketing Management*. Boston : Pearson Education.
- Kotler , P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2007). In *Prinsip Prinsip Pemasaran* (p. 36). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2010). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran (Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management. 13th Edition*. In B. Sobran, *Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 13*. New Jersey dan Jakarta: Pearson Prentice Hall dan Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Kurtz, C. (1998). *Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lotulung, S. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan WOM (Word Of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercross pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA Vol.3 No.3*, 817-826.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, A. (2010). *Perilaku Konsumen*. In Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Misbahudin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pramutoko, Bayu. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Kediri : CV. Dimar Intermedia.
- Prayitno , B. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merk, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya*, 1-21.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour: 10th Edition*. New Jersey: Inc-Prentice Hall.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tampinongkol, V. M. (2018). Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Manado Town Square. *Jurnal EMBA Vol.6, No.4, 2008-2017*.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.