

**LOGO PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH*
DAN KEPUASAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK TOYOTA
PADA PT TOYOTA AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA**



Oleh:

AGASSI LEONARDO YOLANDA

NPM 10.1.02.04482

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN
KEPUASAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK TOYOTA
PADA PT TOYOTA AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA**



Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

AGASSI LEONARDO YOLANDA

NPM 10.1.02.04482

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN
KEPUASAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK TOYOTA PADA
PT TOYOTA AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**AGASSI LEONARDO YOLANDA
NPM: 10.1.02.04482**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 09 April 2016**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dra. Tri Yuniati, M.M.
Anggota : 1. Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.
2. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dra. Tri Yuniati, M.M.

Dra. Tri Yuniati, M.M.



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : AGASSI LEONARDO Y.

NPM : 10.1.02.04482

menyatakan bahwa tugas akhir ini dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN KEPUASAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK TOYOTA PADA PT TOYOTA AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA
Dan diajukan untuk diuji tanggal 09 April 2016 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tugas akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh STIESIA batal saya terima

Surabaya, 09 April 2016

Yang memberikan pernyataan



AGASSI LEONARDO Y.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : AGASSI LEONARDO YOLANDA
NPM : 10.1.02.04482
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 19 Agustus 1992
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak Ke : Dua (2) / Dua (2)
Alamat / Telpon : Wonocolo Baru RT 19 / RW 07 Taman
Sidoarjo
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : SUPRIYADI
Alamat Rumah / Telpon : Wonocolo Baru RT 19 / RW 07 Taman
Sidoarjo
Alamat Kantor / Telpon : Jl. A. Yani 146 Surabaya
Pekerjaan : Pegawai BUMN

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Wonocolo I Taman di Sidoarjo Tahun 2004
2. Tamat SMP Muhammadiyah 2 Taman di Sidoarjo Tahun 2007
3. Tamat SMAN 18 di Surabaya Tahun 2010
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – XII	2010-2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat / Golongan	Jabatan
			-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

Agassi Leoanardo Yolanda

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga berhasil menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Kualitas produk, *Word Of Mouth* dan Kepuasan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Pada PT Toyota Auto 2000 Kertajaya Surabaya “. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Adapun penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak untuk itu perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E.,M.S.A.,Ak. CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra Tri Yuniati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra Tri Yuniati, M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktunya dalam memberikan saran, bimbingan, nasihat, motivasi, dukungan dan arahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak bimbingan serta bekal ilmu pengetahuan selama dibangku kuliah.

5. Pimpinan dan Staff PT Toyota Auto 2000 Kertajaya Surabaya terima kasih atas ijin dan bimbingan yang diberikan selama melakukan penelitian.
6. Kedua Orang tuaku tercinta, terimakasih atas cinta kasih sayang yang tiada akhir, serta doa yang tiada henti-hentinya mengiringi langkahku.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangatlah jauh dari kesempurnaan dan senantiasa berharap kritik dan saran yang dapat membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya dengan mengucapkan syukur besertadoa dan harapan semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak yang berkepentingan. Dan semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan dan kebaikan yang telah diberikan pada penulis.

Surabaya, Maret 2016

Agassi Leonardo Y



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	7

BAB 2. TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Teori	8
2.1.1. Produk	8
1. Pengertian Produk	8
2. Klasifikasi Produk	9
3. Atribut Produk	10
2.1.2. Kualitas Produk	12
1. Pengertian Kualitas Produk	12
2. Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.3. Word Of Mouth	14
1. Pengertian Word of Mouth	14
2. Faktor-Faktor Word of Mouth	16
3. Penerapan Strategi KOMunikasi Word of Mouth ..	17
4. Indikator dari Word Of Mouth	18
2.1.4. Kepuasan	19
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	20
3. Model-Model Kepuasan Pelanggan	21
4. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ..	22
2.1.5. Layanan	23
1. Pengertian Layanan	23
2. Model (Gap) Kualitas Layanan Jasa	25
2.1.6. Keputusan Pembelian	28

1. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	29
2.1.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.1.8. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.1.9. Pengaruh Kepuasan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.1.10. Penelitian Terdahulu	36
2.1.11. Rerangka Pemikiran	39
2.1.12. Rerangka Konseptual	40
2.2. Hipotesis	40

BAB 3. METODOLGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian.....	41
3.1.1. Jenis Penelitian.....	41
3.1.2. Gambaran dari Populasi Penelitian	41
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1. Jenis Data	42
3.3.2. Sumber Data	42
3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.1. Variabel	43
3.4.2. Definisi Operasional Variabel	43
3.5. Teknik Analisis Data	45

3.5.1. Uji instrumen	46
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3. Uji Kelayakan Model.....	48
3.5.4. Regresi Linier Berganda	49
3.5.5. Pengujian Hipotesis (Uji t)	49

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	51
1. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin	51
2. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia	52
3. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Pekerjaan	54
4.1.2. Deskriptif Tanggapan Responden	56
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Produk	56
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Word Of Mouth	57
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kepuasan Layanan	59
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian	61
4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	62

1. Uji Validitas	62
2. Reliabilitas	65
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	66
1. Uji Normalitas	66
2. Multikolinieritas	68
3. Heteroskedastisitas	69
4.1.5. Uji Kelayakan Model (Uji F)	70
4.1.6. Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.1.7. Analisis Regresi Berganda	72
4.1.8. Pengujian Hipotesis	74
1. Uji t	74
2. Koefisien Determinasi Partial (r^2).....	76
4.2. Pembahasan	77
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.2.2. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.2.3. Pengaruh Kepuasan atas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	80

BAB 5. PENUTUP

5.1. Simpulan	81
5.2. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Mapping Persamaan dan Perbedaan Penelitian	38
Tabel 2.	Karakteristik Responden Berkaitan Jenis Kelamin	51
Tabel 3.	Karakteristik Responden Berkaitan Dengan Usia	53
Tabel 4.	Karakteristik Responden Berkaitah Jenis Pekerjaan	54
Tabel 5.	Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Kualitas Produk	56
Tabel 6.	Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Word of Mouth	58
Tabel 7.	Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Kepuasan Layanan	60
Tabel 8.	Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Keputusan Pembelian	61
Tabel 9.	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 10.	Uji Validitas Variabel Word Of Mouth	63
Tabel 11.	Uji Validitas Variabel Kepuasan Layanan	64
Tabel 12.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 13.	Nilai Alpha Cronbach Masing-Masing Variabel	65
Tabel 14.	Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 15.	Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 16.	Anova	70
Tabel 17.	Model Summary	71
Tabel 18.	Rekapitulasi Hasil Uji Regression	72
Tabel 19.	Tingkat Signifikansi Masing-Masing Variabel	74
Tabel 20.	Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Model (Gap) Kualitas Pelayanan	26
Gambar 2.	Proses Keputusan Pembelian	30
Gambar 3.	Rerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.	Rerangka Konseptual	40
Gambar 5.	Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 6.	Grafik Berdasarkan Usia	53
Gambar 7.	Grafik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Gambar 8.	Grafik Pengujian Normalitas Data	68
Gambar 9.	Heteroskedastisitas pada Regresi Linier Berganda	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Distribusi Frekuensi
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Output Regression
- Lampiran 6. Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi
- Lampiran 7. Kartu Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 8. Surat Pengantar Ijin Riset Ke Instansi
- Lampiran 9. Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 10. Sertifikat Seminar Metodologi

