

**PENGARUH *E-WOM*, PERSEPSI KONSUMEN, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
UMKM SAMBEL PECEL 99 DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

FANIA OKTA NURHALISA

Nim 2003102278

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

**PENGARUH *E-WOM*, PERSEPSI KONSUMEN, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
UMKM SAMBEL PECEL 99 DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada UNIVERSITAS PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata 1 Program Studi Pendidikan
Sekolah Dasar

Oleh:

FANIA OKTA NURHALISA

Nim 2003102278

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Fania Okta Nurhalisa telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 1 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Madiun, 1 Juli 2024

Pembimbing II,




Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Fania Okta Nurhalisa ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Rabu tanggal 8 Juli 2024.

Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

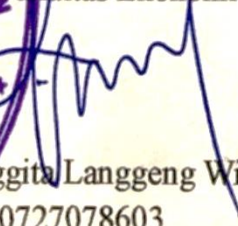
Anggota


Dian Citaningtyas Ari kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603



Mengesahkan,
Kaprod. SI Manajemen


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fania Okta Nurhalisa

Nim : 2003102278

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 25 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Fania Okta Nurhalisa

Nim. 2003102278

MOTTO

"Orang lain ga akan bisa paham *Struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *Succes Stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini"

PERSEMBAHAN

" Tidak ada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Tuhan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, saudara, teman-teman serta pasangan yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini"

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "PENGARUH *E-WOM*, PERSEPSI KONSUMEN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM SAMBEL PECEL 99 DI KOTA MADIUN. terselesaikannya skripsi ini, mendapat banyak dukungan baik berupa moril dan materil dari berbagai pihak, karena itu dalam kesempatan ini tidak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Supri Wahyudi Utomo, M. Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M. Si. A.k C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Karuniawati Hasanah, S.E., M. M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Liliek Nur Sulistyowati, S.E., M. M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
5. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M. M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
6. Bapak Dr. Rizal Ula Fauzi, S.E., M. M. selaku Dosen Pembimbing I
7. Ibu Dr. Heny Sidati, S.E., M. M. selaku Dosen Pembimbing II
8. Bapak dan Ibu dosen yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
9. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas PGRI Madiun, yang telah memfasilitasi buku-buku referensi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kedua orang tua penulis, Bapak Irfan dan Ibu Erni yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
11. Kakak dan Adik penulis tercinta, Alif Fani Meliana dan Sahal Farid Fauzy, terimakasih atas doa dan segala dukungan.
12. Riko Maha Putra, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, dan selalu memberikan dukungan serta suport terhadap saya. Terimakasih sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
13. Sahabat-sahabat yang selalu menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis serta telah memberikan dukungan, dan nasehat kepada penulis.
14. Teman-teman Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun. Angkatan 2020 yang telah memberi semangat dan kenangan.

Madiun. 1 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	14
C. Perumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	15
E. Definisi Operasional.....	16
F. Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Landasan Teori.....	21
1. Perilaku Konsumen	21
2. Keputusan Pembelian	25
3. E-WOM	34
4. Persepsi Konsumen	39
5. Harga	44
6. Kualitas Produk	47
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	55
C. Kerangka Berpikir Penelitian	64
D. Hipotesis Penelitian.....	65
1. Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Penelitian	65
2. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap keputusan Pembelian.....	68
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	71
5. Pengaruh E-WOM, Perspsi Konsumen, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB III METODE PENELITIAN	74
A. Tempat dan Waktu Penelitian	74
1. Tempat Penelitian	74
2. Waktu Penelitian	74
B. Jenis Penelitian.....	75
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	76
1. Populasi Penelitian	76
2. Sampel Penelitian	76
3. Teknik Pengambilan Sampel	77
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	78

1. Variabel Penelitian	78
2. Definisi Operasional Variabel	79
E. Metode Pengambilan Data	81
F. Instrumen Penelitian.....	82
G. Analisis Data	82
1. Statistik Deskriptif.....	82
2. Partial Least Square (PLS)	83
3. Pengujian Hipotesis (Bootstrapping).....	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	88
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	88
B. Deskripsi Data.....	88
1. Karakteristik Responden Penelitian.....	88
2. Deskripsi Variabel Penelitian	92
C. Hasil Analisis Data.....	102
1. Model Pengukuran atau (<i>Outer Model</i>).....	102
2. Model Struktural atau (<i>Inner Model</i>).....	111
3. Uji Hipotesis	113
4. Uji F - Square	116
D. Pembahasan.....	117
1. Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Penelitian	117
2. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap keputusan Pembelian ...	120
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	122
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	124
5. Pengaruh <i>E-WOM</i> , Persepsi Konsumen, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	129
A. Kesimpulan	129
B. Implikasi Penelitian.....	130
C. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	132

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1	Daftar Harga Produk Pecel Madiun	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	75
Tabel 3.2	Definisi Operasional Penelitian.....	79
Tabel 3.3	Pengukuran Instrumen Penelitian Skala Likert.....	82
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasrkn Usia	89
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelamin.....	90
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	91
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel E-WOM.....	92
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen	94
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Harga.....	96
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Kualiat's Produk.....	98
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 4.10	Nilai Loading Aplikasi Smart PLS3	103
Tabel 4.11	Nilai Avare Variance.....	106
Tabel 4.12	Nilai Cross Loading	107
Tabel 4.13	Nilai Cronbach Alpha	109
Tabel 4.14	Nilai R-Square.....	110
Tabel 4.15	Nilai Q-Square	111
Table 4.16	Hasil Uji Signifikansi.....	113
Tabel 4.17	f-square.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tingkat Pembelian Pada UMKM.....	4
Gambar 1.2	Sambel Pecel Madiun.....	7
Gambar 2.1	Model Lima Tahapan Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Penelitian.....	64
Gambar 3.1	Desain Penelitian.....	76
Gambar 4.1	Hasil Uji Outer.....	102
Gambar 4.2	Model Bootstrapping.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuisisioner Penelitian	134
Lampiran 2	Hasil Angket	141
Lampiran 3	Hasil Analisis Algoritma.....	194
Lampiran 4	Hasil Analisis Bootstraping	198