

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA RAMPIS BANG
RADEN KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Gian Indra Prasetyo

201810160311227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA RAMPIS BANG RADEN
KOTA MALANG**

Oleh :

Gian Indra Prasetyo

201810160311227

Diterima dan disetujui
pada tanggal 24 Juli 2025

Pembimbing I,

Dr. M. Jihadi, M.Si.

Pembimbing II,

Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Gian Indra Prasetyo
NIM : 201810160311227
Program Studi : Manajemen
Surel : gianronggolawe12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 30 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,



(Gian Indra Prasetyo)

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA
RAMPIS BANG RADEN KOTA MALANG**

Gian Indra Prasetyo, Muhammad Jihadi, Yulist Rima Fiandari

Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bismis

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail : gianronggolawe12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian ulang pada UMKM Rampis Bang Raden di Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali dalam satu tahun terakhir, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan bantuan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada konsumen Rampis Bang Raden, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, Word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata kunci: harga; kualitas produk; word of mouth; keputusan pembelian ulang

**THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND WORD OF MOUTH
ON REPURCHASE DECISIONS AT RAMPIS BANG RADEN
IN MALANG CITY**

Gian Indra Prasetyo, Muhammad Jihadi, Yulist Rima Fiandari

Department of Management Faculty Economics dan Business

University Muhammdiyah Malang

E-mail : gianronggolawe12@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, product quality, and word of mouth on repurchase decisions at UMKM Rampis Bang Raden in Malang City. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were consumers who had made a purchase at least once in the past year, with a sample size of 150 respondents selected through accidental sampling techniques. Data collection was carried out using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression using SPSS software version 25. The results of the study indicate that Price has a positive and significant effect on repurchase decisions for Rampis Bang Raden consumers, Product quality has a positive and significant effect on repurchase decisions, Word of mouth (WOM) has a positive and significant effect on repurchase decisions.

Keywords: price; product quality; word of mouth; repurchase decisions.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Assalamualaikum warrohmatullohi wabarokatuh.

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayat-Nya lah sehingga proposal dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Rampis Bang Raden Kota Malang”. ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Selama proses penyusunan proposal ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh perkuliahan di UMM.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh perkuliahan pada Fakultas Ekonomi & Bisnis (FEB).
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh perkuliahan pada Program Studi Manajemen.
4. Dr. Muhammad Jihadi, M.Si Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberi arahan, koreksi serta saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Dr. Yulist Rima Fiandari, M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberi arahan, koreksi serta saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya, ayah warsono dan ibu pitria indrayani sudah membesarkan dan mendidik anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana serta selalu menjadi penyemangat. Terimakasih sudah melahirkan, merawat, dan membesarkan saya dengan penuh cinta, selalu berjuang untuk kehidupan saya hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada diposisi saat ini. Terimakasih untuk semua doa dan dukungannya, sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi. Mama dan Ayah harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.

7. Para bapak dan ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang semoga ilmu yang diberikan kepada kami bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara ini.
8. Teruntuk mustika yang selalu memberikan semangat dan support dengan kebahagiaan sederhana terima kasih selalu menemani sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua teman teman yang selalu saling memberikan bantuan serta dukungan dari awal perkuliahan sampai selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dalam proses penelitian untuk mengisi kuesioner yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
11. Semua pihak yang turut membantu dan terlibat serta tidak dapat disebutkan satu per satu.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai. Amiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih. Wassalamualaikum warrohmatullohi wabarokatuh.

Malang, 30 Juni 2025

Gian Indra Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Landasan Teori	22
1. Keputusan Pembelian Ulang	22
2. Harga	25
3. Kualitas Produk	29
4. <i>Word of Mouth</i>	33
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis	38
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang	38
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	39

3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang	41
4. Variabel yang Paling Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Lokasi Penelitian	44
B. Jenis Penelitian	44
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	45
D. Definisi Operasional Variabel	47
E. Jenis dan Sumber Data	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Teknik Pengukuran Data	50
H. Uji Instrumen Penelitian.....	50
I. Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
B. Karakteristik Responden Penelitian	59
C. Deskripsi Jawaban Responden	61
D. Hasil Penelitian	66
E. Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Penjualan UMKM Rampis Bang Raden 2022-2024 (Perbungkus 100 gr)	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terkait Variabel Harga	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terkait Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terkait Variabel Word of Mouth	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terkait Variabel Keputusan Pembelian Ulang	65
Tabel 4.8 Uji Validitas	66
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.11 Uji Glejser	69
Tabel 4.12 Persamaan Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.13 Uji t	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	73
Tabel 4.15 Uji Dominan.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	37
Gambar 4.1 Lokasi Penelitian	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	89
Lampiran 2. Hasil Output SPSS	91



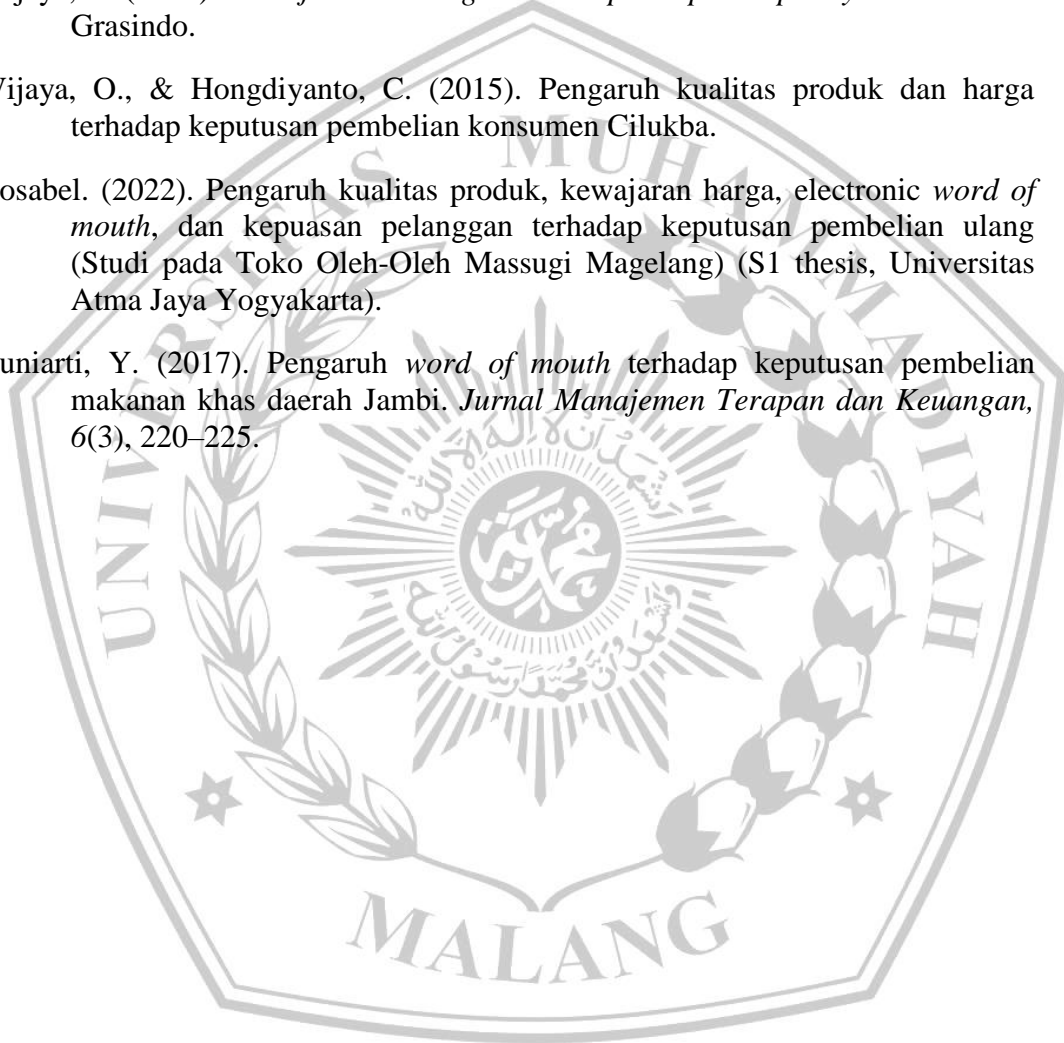
DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R. (2019). Analisis kualitas produk, *word of mouth*, dan lokasi terhadap keputusan pembelian merek Senduro Coffee. STIE Widya Gama Lumajang.
- Amalia, F. (2023). *Peran harga, kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian berulang pada produk Mie Gacoan di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Anggarani, P. L. P. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada pelanggan nasi rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Anwar, S. (2013). *Metode penelitian bisnis* (Cetakan ketiga). Jakarta: Salemba.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk penelitian dan skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bakti, U., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh harga, personal selling, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian motor pada dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(1), 1–16.
- Damanik, Y. R., Saragih, Y. H., & Sinaga, S. O. (2023). Pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada minat beli ulang konsumen: Studi kasus pada produk Tahu Walik Siantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 17–24.
- Dwiki Rachamawati, D., Maria Magdalena, M., & Patricia Dhiana, P. (2015). Pengaruh *word of mouth*, tingkat pendapatan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM dan SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar statistika inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Insanniat, U., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Lotion Mariana di Surabaya. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 416-425.
- Kaniya & Yosie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Summarecon Mal Serpong. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 1-12
- Kaniya, & Yosie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Summarecon Mal Serpong. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 1-12.
- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi pemasaran dengan pemanfaatan fenomena viral dan komunikasi electronic *word of mouth* melalui sosial media di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924-942.
- Kimilawati, A. E., & Triastity, R. (2022). Pengaruh *word of mouth*, kualitas makanan dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen Angkringan Disiniaja di Karanganyar. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34-44.
- Maharani, N. L. P. A. P., & Ekawati, N. W. (2019). *Peran kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dalam berbelanja clothing online melalui instagram* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pappachan, J., & Koshy, M. P. (2016). Moderation effect of travel context in the linkage among employee service-quality, satisfaction and trust on *word-of-mouth* of airline passengers in India. *Amity Journal of Marketing*, 1(1), 75-92.

- Perkasa, D. H., Suhendar, I. A., Randyantini, V., & Andrini, E. (2020). The effect of electronic word of mouth (eWOM), product quality and price on purchase decisions. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 1(5), 695–706.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, A. P., & Sari, D. M. (2024). The Influence of Price, Product Quality, and Word of Mouth on Repurchase Intention of Local Food Products in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(2), 123–135. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.12345>
- Pratama, A. P., & Sari, D. M. (2024). The influence of price, product quality, and word of mouth on repurchase intention of local food products in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 123–135. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.12345>
- Putra, D. E., & Purbawati, D. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Loffle Pop Up Dessert). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 242–250.
- Putri, A. V., & Bambang, B. (2022). Pengaruh persepsi harga, lokasi, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 835–850.
- Putri, S. I., Ainurrohmah, S., Riono, S. B., & Syaifulloh, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139-159.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behaviour* (10th ed.). New Jersey: Pearson.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Scarlett Whitening pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 320–330.
- Setiagraha, D. Pengaruh word of mouth, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kuliner pempek di Kota Palembang.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, S., & Suparjono, S. (2023). Pengaruh lokasi, kenyamanan, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan berbelanja pada Pasar Pagi Pemulang Permai Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 4(1).

- Susanti, D. A. (2016). *Analisis pengaruh harga, promosi, pelayanan, dan kualitas produk online terhadap kepuasan konsumen online secara syariah* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Swastha, B. (2009). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa* (Edisi terbaru). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta. Andi
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen keuangan: Konsep dan penerapannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Wijaya, O., & Hongdiyanto, C. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Cilukba.
- Yosabel. (2022). Pengaruh kualitas produk, kewajaran harga, *electronic word of mouth*, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang (Studi pada Toko Oleh-Oleh Massugi Magelang) (S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Yuniarti, Y. (2017). Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian makanan khas daerah Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 6(3), 220–225.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 30/6/2025

Kode : 2708197845
Nama : Gian Indra Prasetyo
NIM : 201810160311227
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan pembelian ulang pada Rampis Bang Raden Kota Malang
Persentase Plagiasi : 7%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

