

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *MARKETING WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.) DI PASAR TAMBUN, KABUPATEN BEKASI

THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND WORD OF MOUTH MARKETING ON THE PURCHASE DECISIONS OF MANGO FRUIT (MANGIFERA INDICA L.) AT TAMBUN MARKET, BEKASI DISTRICT



Syaidatull Islamiati
(215001516035)

**PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *MARKETING WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.) DI PASAR TAMBUN, KABUPATEN BEKASI

THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND WORD OF MOUTH MARKETING ON THE PURCHASE DECISIONS OF MANGO FRUIT (MANGIFERA INDICA L.) AT TAMBUN MARKET, BEKASI DISTRICT

**SYAIDATULL ISLAMIATI
215001516035**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian
Universitas Nasional

**PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Marketing Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Buah Mangga (*Mangifera indica* L.) di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi

Nama : Syaidatull Islamiati

NPM : 215001516035

Program Studi : Agroteknologi

Program Kekhususan : Agribisnis

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian
Universitas Nasional

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

(Dr. Ir. Farida, M.M)

Pembimbing II

(Tengku Laila Kamaliah, S.P., M.
Agr.Sc)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian
Universitas Nasional

(Dr. Fachruddin Majeri Mangunjaya, M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

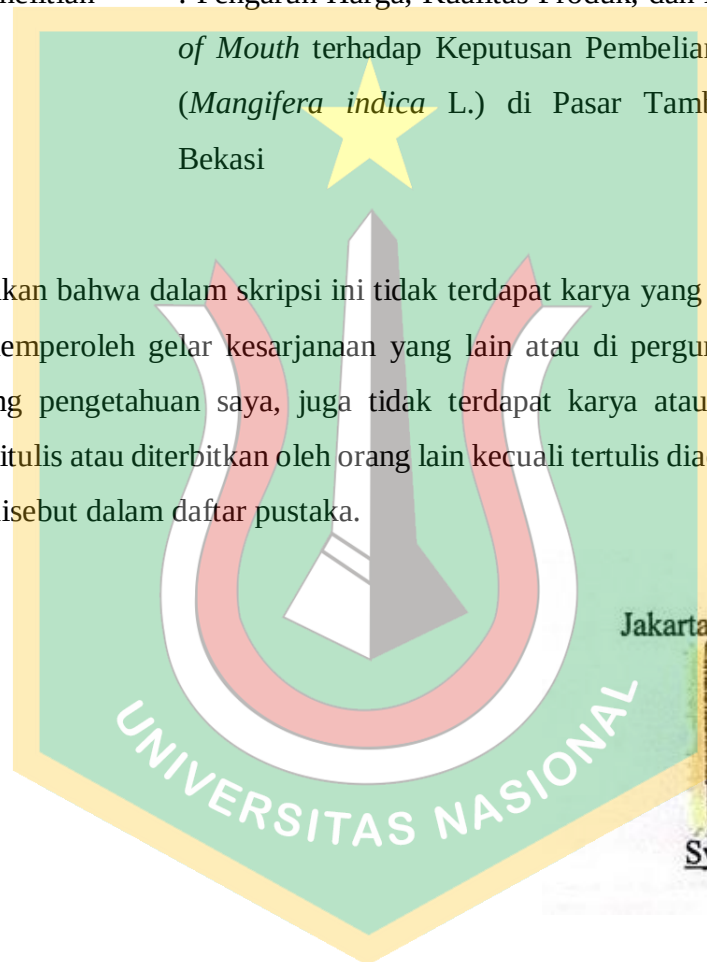
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaidatull Islamiati

NPM : 215001516035

Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Buah Mangga (*Mangifera indica* L.) di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan yang lain atau di perguruan tinggi lain. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.



Jakarta, 21 Maret 2025



RINGKASAN

Syaidatull Islamiati, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan *Marketing Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Buah Mangga (*Mangifera Indica* L.) Di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi. Dibawah Bimbingan Farida dan Tengku Laila Kamaliah.

Negara agraris lebih mengedepankan sektor pertanian sebagai sumber dayanya karena memberikan kontribusi yang sangat tinggi dan penting bagi masyarakatnya. Salah satu industri yang berpotensi untuk dikembangkan dalam sektor perkebunan yaitu industri buah mangga. Buah mangga merupakan salah satu jenis buah yang banyak terdapat di Indonesia dan paling diminati oleh banyak kalangan. Selain itu buah mangga juga tergolong buah yang mudah ditemukan dan tersebar hampir seluruh Indonesia. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh secara simultan, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian buah mangga di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Desember 2024 sampai Januari 2025 pada pasar tradisional di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi. Data primer diperoleh melalui pengamatan yang kemudian mengajukan pertanyaan yang dibuat dalam bentuk kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diambil dari sumber tertulis baik dari instansi terkait, pasar maupun pustaka yang berhubungan dengan penelitian. Metode pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dan diambil sampel sebanyak 30 responden. Hasil pengujian yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan *marketing word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian buah mangga. Sedangkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel kualitas produk.

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *MARKETING WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MANGGA (*Mangifera indica* L.) DI PASAR TAMBUN, KABUPATEN BEKASI

Syaidatull Islamiati

Program Kekhususan Agribisnis Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi
dan Pertanian, Universitas Nasional, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh secara simultan, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian buah mangga di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Desember 2024 sampai Januari 2025 pada pasar tradisional di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dan diambil sampel sebanyak 30 responden. Pengujian instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif, menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinieritas serta analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji hipotesis (uji F dan uji T). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah mangga; (2) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah mangga; (3) *Marketing word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah mangga; (4) Harga, kualitas produk, *marketing word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah mangga.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, *Marketing Word of Mouth*

THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND WORD OF MOUTH MARKETING ON THE PURCHASE DECISIONS OF MANGO FRUIT (*Mangifera indica* L.) AT TAMBUN MARKET, BEKASI DISTRICT

Syaidatull Islamiati

Agribusiness Specialization Program, Agrotechnology Study Program, Faculty of Biology and Agriculture, National University, Jakarta

ABSTRACT

This research aims to influence *simultaneously*, partially, and *dominantly* on the decision to purchase mangoes in *Tambun Market*, Bekasi Regency. This research has been carried out from December 2024 to January 2025 at the traditional market in *Tambun Market*, Bekasi Regency. The data used in this study is primary data and secondary data. The sampling method that will be carried out in this study is using purposive sampling techniques and taking a sample of 30 respondents. Instrument testing in this study uses validity and reliability tests, data analysis techniques using quantitative analysis, using classical assumption tests consisting of normality tests and multicollinearity tests as well as multiple linear regression analysis consisting of hypothesis tests (F test and T test). The results of this study show that: (1) Price has a positive effect on the decision to purchase mangoes; (2) Product quality has a positive effect on the decision to purchase mangoes; (3) Marketing word of mouth has a positive effect on the decision to purchase mangoes; (4) Price, product quality, marketing word of mouth have a positive effect on the decision to purchase mangoes.

Keywords: Purchase Decision, Price, Product Quality, Marketing Word of Mouth

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Marketing Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Buah Mangga (*Mangifera indica* L.) di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi”

Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut ikut serta dalam memberikan bantuan moril maupun materi baik secara langsung maupun tidak langsung. Ungkapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Fachruddin Majeri Mangunjaya, M.Si selaku Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional,
2. Ibu Dr. Vivitri Dewi Prasasty, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional
3. Ibu Ir. Etty Hesthiati, M.Si selaku Ketua Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Ir. Farida, M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing penulis, serta atas saran dan dorongan dalam penyusunan proposal penelitian hingga skripsi ini.
5. Ibu Tengku Laila Kamaliah, S.P., M.Agr.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing penulis, serta atas saran dan dorongan dalam penyusunan proposal penelitian hingga skripsi ini.
6. Bapak Ir. Inkorena G. S. Sukartono, M.Agr. selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, memberi arahan, nasihat, saran, membimbing, memberi semangat dan doa yang diberikan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
8. Cinta pertama dan panutan saya, Ayahanda Suhadmadi, S.E., S.H., M.H., dan pintu surga saya Ibunda Riyati. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan kepada penulis, tak kenal lelah selalu mendoakan serta

memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.

9. Kakak perempuan saya yang tercantik Shafiria Islamiati, S.H., yang telah memberikan nasihat, motivasi, kasih sayangnya kepada penulis serta dukungan moril dan materi.
10. Kakak laki-laki saya, Ade Rahmat Darmawan, S.M., yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini
11. Teman-teman Agroteknologi angkatan 2021 yang telah berjuang sama-sama dengan melalui suka duka bersama-sama selama ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu atas dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Penulis hanya bisa memanjatkan doa dan bersyukur agar semua dukungan dan kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT dan dilimpahkan berkatnya. Semoga penulisan ini memberikan manfaat untuk kita semua. Penulis merasa bahwa penulisan ini masih memiliki kekurangan baik dalam teknis penulisan maupun materi. Sehingga kritik dan saran sangat diharapkan dalam pembuatan skripsi yang lebih baik pada masa yang akan datang.

Jakarta, Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	v
RINGKASAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Mangga (<i>Mangifera indica</i> L.)	5
Konsep Harga dan Pengaruhnya dalam Keputusan Pembelian	7
Definisi Harga dan Elemen Penetapan Harga	7
Hubungan Harga dan Persepsi Nilai Konsumen	9
Kualitas Produk dalam Perspektif Konsumen	9
Definisi dan Dimensi Kualitas Produk	9
Marketing Word of Mouth	11
Definisi dan Bentuk Word of Mouth	11
Peran Marketing Word of Mouth Dalam Memengaruhi Persepsi dan Keputusan Konsumen	13
Keputusan Pembelian	14
Definisi dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	14
Model Pengambilan Keputusan Konsumen	15
KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	18
Alur Berpikir	18
Hipotesis Penelitian	21
Definisi Operasional	21
METODOLOGI PENELITIAN	25
Lokasi dan Waktu Penelitian	25

Populasi dan Sampel	25
Pengumpulan Data	26
Pengolahan dan Analisis Data	27
Analisis Deskriptif.....	29
Uji Validitas.....	29
Uji Reliabilitas	29
Uji Asumsi Klasik	30
Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
Uji Hipotesis	32
Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
Karakteristik Responden.....	35
Usia.....	36
Jenis Kelamin.....	36
Pekerjaan	37
Pendidikan Terakhir	37
Uji Validitas.....	42
Uji Reliabilitas	43
Uji Normalitas.....	44
Uji Heterokedastisitas.....	45
Uji Multikolinearitas	46
Analisis Regresi Linier Berganda	46
Uji F (Simultan)	48
Uji t (Parsial).....	48
Koefisien Determinasi (R^2).....	51
KESIMPULAN DAN SARAN	52
Kesimpulan	52
Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

1. Skala Likert	26
2. Operasional Variabel Penelitian	28
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
7. Deskriptif Variabel Harga (X1)	37
8. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	39
9. Deskriptif Variabel Marketing Word Of Mouth (X3)	40
10. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
11. Hasil Uji Validitas	43
12. Hasil Uji Reliabilitas	43
13. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	44
14. Hasil Uji Multikolinearitas	46
15. Analisis Regresi Linier Berganda	47
16. Hasil Uji F (Simultan)	48
17. Hasil Uji T (Parsial)	48
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)	49

DAFTAR GAMBAR

1. Bagan Kerangka Berpikir Tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Buah Mangga (*Mangifera indica* L.) di Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi 20
2. Hasil Uji Heterokedastisitas 45



DAFTAR LAMPIRAN

1. Denah Lokasi Pasar Tambun, Kabupaten Bekasi	57
2. Tabulasi Kuesioner	58
3. Hasil Analisis Data	60
4. Dokumentasi Penelitian.....	66

