

**PENGARUH HARGA, *WORD OF MOUTH* MARKETING,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT KONSUMEN
(Studi Kasus Pada *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa
Labuhanbatu Selatan)**

SKRIPSI



**OLEH :
AGUSTINI RITONGA
1901100128**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : AGUSTINI RITONGA
NPM : 1901100128
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA SNACK
PAK MAN DESA ASAM JAWA LABUHANBATU
SELATAN)

RANTAUPRAPAT,

2023

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



Elida FS Simanorang, S.Sos., M.SP

NIDN. 0108107603

PEMBIMBING PENDAMPING



Raja Saul Marto Hendry, SE., MM

NIDN. 0108036507

MENYETUJUI :



Prihatiningsih, SE., M.Si
NIDN. 0116118301



Abd. Halim, SE., M.Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : AGUSTINI RITONGA
NPM : 1901100128
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA SNACK
PAK MAN DESA ASAM JAWA LABUHANBATU
SELATAN)

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat,

2023



NPM.1901100128

ABSTRAK

AGUSTINI RITONGA. NPM. 19.011.00.128. PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN (Studi Kasus Pada Snack Pak Man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan). Skripsi.

Snack Food Pak Man harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian agar intensitasnya dapat terjaga. Untuk dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor mana yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, akan dapat memudahkan pelaku usaha dalam mengambil langkah-langkah dalam kegiatan pemasaran yang akan dilakukan, sehingga profitabilitas Snack Food Pak Man juga akan semakin meningkat karena semakin intensifnya konsumen dalam melakukan pembelian di tokonya. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek untuk menarik minat beli konsumen pada sepatu adidas original dimana $t_{hitung} (1,750) > 0,230$, pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada snack pak man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan dimana $t_{hitung} (1,950) > 1,198$, pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$, word of mouth marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada snack pak man Desa Asam Jawa Labuhanbatu dimana nilai $t_{hitung} (1,705) > 1,198$, pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada snack pak man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) diketahui bahwa harga, word of mouth marketing dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada snack pak man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan dimana nilai $F_{hitung} (8,730) > F_{tabel} (3,96)$ pada taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,304. Hasil ini berarti minat konsumen pada snack pak man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan dipengaruhi oleh harga, word of mouth marketing dan kualitas produk sebesar 30,4%, sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, misalnya disiplin, motivasi dan lain sebagainya

Kata Kunci : Harga, Word Of Mouth Marketing, Kualitas Produk dan Minat Kosumen

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, *Word Of Mouth Marketing*, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada *Snack* Pak Man Desa Asam Jawa Labuhanbatu Selatan)”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir guna mengikuti ujian skripsi pada Universitas Labuhan Batu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih jauh dari apa yang diharapkan, baik nilai ilmiahnya maupun struktur substansinya, hal ini disebabkan karena sangat minimnya pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan, berkenaan dengan hal ini penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran dari pihak pembaca guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Untuk penyempurnaan usaha penyelesaian skripsi ini penulis memiliki banyak dukungan baik material dan juga spirual guna selesainya tulisan skripsi ini.

Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan, SE, M.Si, Ph.d Selaku Rektor Universitas Labuhan Batu
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Universitas Labuhanbatu.
3. Ibu Elida F.S Simanjorang, S.Sos., M.SP selaku Dosen Pembimbing I yang telah berusaha menyempatkan diri untuk membimbing penulis sampai skripsi ini selesai.
4. Bapak Raja Saul Marto Hendra, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan kepada penulis guna terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Abdul Halim, SE, M.Si, selaku Ka. Prodi Manajemen yang telah banyak memberikan gambaran-gambaran tentang penulisan skripsi ini hingga selesai.
6. Para Dosen dan staff Universitas Labuhan Batu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Kantor Desa Asam Jawa dan juga rekan-rekan pegawai yang telah memberikan data kepada penulis.
8. Kedua orang tua penulis atas bantuan moril dan spiritualnya hingga penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan.
9. Teman-temanku khususnya kelas manajemen, yang telah banyak membantu memberikan saran maupun buah pikiran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya pada Bapak/Ibu dosen dan semua rekan-rekan atas segala kesilapan dan kesalahan yang telah diperbuat penulis selama ini, dan semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak lain yang memerlukannya.

Rantauprapat, Januari 2023



Agustini Ritonga
1901200128

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan dan Batasan Masalah.....	9
1. Rumusan Masalah	9
2. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Uraian Teori	16
1. Teori Tentang Harga	16
2. Teori Tentang <i>Mouth To Mouth Marketing</i>	18
3. Teori Tentang Kualitas	20
4. Teori Tentang Minat Beli	22
C. Kerangka Konseptual	25
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
1. Lokasi penelitian	28
2. Waktu Penelitian	28

B.	Populasi dan Sampel	29
1.	Populasi	29
2.	Sampel.....	29
C.	Definisi Operasional variabel.....	30
D.	Jenis dan sumber Data.....	32
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
F.	Skala Pengumpulan Variabel	34
G.	Uji Instrumen Penelitian	35
1.	Uji Validitas	35
2.	Uji reliabilitas.....	37
H.	Metode Analisis Data.....	38
1.	Analisis Deskriptif	38
2.	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.	Uji Hipotesis	39
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	42
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
1.	Gambaran Umum	42
2.	Hasil deskriptif responden penelitian	46
3.	Hasil uji asumsi klasik.....	48
1)	Uji normalitas	48
2)	Uji heteroskedastisitas	50
3)	Uji Multikolinearitas	51
4)	Uji analisis regresi linear berganda	52
5)	Hasil pengujian hipotesis	54
B.	Pembahasan	57
1.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli <i>Snack Pak Man</i> Positif dan Signifikan pada <i>Snack Pak Man</i> Desa Asam Jawa.....	57
2.	Pengaruh <i>mouth to mouth marketing</i> terhadap minat Beli <i>Snack Pak Man</i> Positif dan Signifikan pada <i>Snack Pak Man</i> Desa Asam Jawa.....	58

3.	Pengaruh Kualitas terhadap minat beli Snack Pak Pak Man Positif dan Signifikan pada Snack Pak Man Desa Asam Jawa.....	59
4.	Pengaruh Harga, <i>Mouth To Mouth Marketing</i> dan Kualitas terhadap minat beli Snack Pak Man Positif dan Signifikan pada <i>Snack</i> Pak Man Desa Asam Jawa	60
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	61
A.	Kesimpulan	61
B.	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	28
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.3. Pedoman Pemberian Skor	34
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	36
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	37
Tabel 4.1. Responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2. Responden berdasarkan pendidikan	46
Tabel 4.3. Responden berdaarkan usia	47
Tabel 4.4. Uji Kolmogorov Smirnov.....	49
Tabel 4.5. Uji Glejser	51
Tabel 4.6. Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.7. Uji Linier Berganda.....	53
Tabel 4.8. Uji t.....	54
Tabel 4.9. Uji F.....	56
Tabel 4.10. Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	44
Gambar 4.2. Histogram	48
Gambar 4.3. Grafik PP Plot.....	49
Gambar 4.4. Scatter Plot	50

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2	Jawaban Koresponden.....	
Lampiran 3	Uji Validitas.....	
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	
Lampiran 5	Perhitungan data frekuensi jumlah responden	
Lampiran 6	Cara menentukan Histogram, PP Plot, Kormogorov Smirnov Dan Scatter Plot.....	
Lampiran 7	Tabel Uji t.....	
Lampiran 8	Tabel Uji F.....	