

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Variasi Produk, dan *Word of mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha AZ Jati Furniture Udanawu Blitar” ini ditulis oleh Afi Meitasari, NIM. 126405212071 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Doni Fitriyanto, S.E., M.E.

Kata Kunci : Harga, Variasi Produk, *Word of mouth*, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan industri mebel yang semakin ketat, sehingga pelaku usaha perlu menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian di tengah banyaknya kompetitor. Perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian dengan menetapkan harga yang kompetitif, menawarkan variasi produk yang beragam, serta memanfaatkan *word of mouth* (WOM) guna membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh harga, variasi produk, dan *word of mouth* (WOM) secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha AZ Jati Furniture Udanawu Blitar 2) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha AZ Jati Furniture Udanawu Blitar 3) Untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha AZ Jati Furniture Udanawu Blitar 4) Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha AZ Jati Furniture Udanawu Blitar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *sampling* jenuh. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 35 responden. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari menyebarkan kuesioner kepada konsumen AZ Jati Furniture. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda, uji kualitas data berupa validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji hipotesis yang meliputi uji simultan dan uji parsial untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan IBM SPSS 30.

Hasil penelitian ini adalah 1) secara simultan harga, variasi produk, dan *word of mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha AZ Jati Furniture 2) secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha AZ Jati Furniture 3) secara parsial variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha AZ Jati Furniture 4) secara parsial *word of mouth* (WOM) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha AZ Jati Furniture.

ABSTRACT

This thesis with the title “The Effect of Price, Product Variety, and Word of mouth (WOM) on Purchasing Decisions at AZ Jati Furniture Udanawu Blitar Business” was written by Afi Meitasari, NIM. 126405212071 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Doni Fitriyanto, S.E., M.E.

Keywords: Price, Product Variety, Word of mouth, Purchase Decision

This research is motivated by the increasingly fierce competition in the furniture industry, so that business actors need to implement the right strategy to increase purchasing decisions. Companies need the right strategy to retain consumers and increase purchasing decisions by setting competitive prices, offering a variety of products, and utilizing word of mouth (WOM) to build customer trust and loyalty.

This strategy can be done by setting competitive prices, offering a variety of products, and utilizing word of mouth (WOM) to build customer trust and loyalty. The objectives of this study are 1) To analyze the effect of price, product variety, and word of mouth (WOM) simultaneously or together on consumer purchasing decisions at AZ Jati Furniture Udanawu Blitar businesses 2) To analyze the effect of price on consumer purchasing decisions at AZ Jati Furniture Udanawu Blitar 3) To analyze the effect of product variation on consumer purchasing decisions at AZ Jati Furniture Udanawu Blitar 4) To analyze the effect of word of mouth (WOM) on consumer purchasing decisions at AZ Jati Furniture Udanawu Blitar.

The research method used in this research is quantitative research method with associative research type. The sample used is non-probability sampling with saturated sampling technique. The number of samples in this study were 35 respondents. In this study the data used is primary data obtained from distributing questionnaires to AZ Jati Furniture consumers. This study uses data analysis with multiple linear regression, data quality tests in the form of validity and reliability, classical assumption tests which include normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, hypothesis testing which includes simultaneous test and partial test to prove the hypothesis in this study using IBM SPSS 30.

The results of this study are 1) simultaneously price, product variety, and word of mouth (WOM) have a positive and significant effect on purchasing decisions at AZ Jati Furniture 2) partially price has a positive and significant effect on purchasing decisions at AZ Jati Furniture 3) partially product variety has a positive and significant effect on purchasing decisions at AZ Jati Furniture 4) partially word of mouth (WOM) has a negative and significant effect on purchasing decisions at AZ Jati Furniture.