

**UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA DAN *PRODUCT QUALITY* PADA PT. PUTRA BAROKAH SUCCESS**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

**SUSILO EKO DARYANTO**

NPM. 191003612012081

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SEMARANG  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN MELALUI *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA DAN *PRODUCT QUALITY* PADA PT. PUTRA BAROKAH *SUCCESS***

Yang Dipersiapkan dan disusun oleh

**SUSILO EKO DARYANTO**

NPM. 191003612012081

Telah Disetujui Pembimbing  
**Pada Tanggal Maret 2024**

**Dosen Pembimbing,**

**Penguji 1**

Imam Ghozali, SE, MM

**Penguji 2**

**Semarang,..Maret 2024  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Dekan,**

**Dra. Nurchayati, SE, MM, Akt.CA,**

Judul : Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui *Word Of Mouth*, Persepsi Harga Dan *Product Quality* Pada Pt. Putra Barokah Success  
Titel : *Efforts to Improve Marketing Performance Through Word of Mouth, Price Perception and Product Quality at Pt. Putra Barokah Success*  
Nama : Susilo Eko Daryanto  
Npm : 191003612012081

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris upaya meningkatkan kinerja pemasaran melalui *word of mouth*, persepsi harga dan *product quality* pada Pt. Putra Barokah Success. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kosumen Pt. Putra Barokah Success. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik sampel diambil menggunakan kreteria tertentu. Kemudian metode pengumpulan data melalui kuosioner dan analisa data menggunakan SPSS 25 yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji R2. Hasil menyatakan bahwa *word of mouth*, persepsi harga dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Lalu berdasarkan hasil uji determinasi menyatakan pada *Adjusted R Square* sebesar 0,807 atau 80,7%. Yang artinya kinerja pemasaran dipengaruhi oleh *word of mouth*, persepsi harga dan *product quality* sebesar 80,7% dan sisanya 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

**Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Persepsi Harga, *Product Quality* Dan Kinerja Pemasaran**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan YME, atas segala rahmat dan karunia-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui *Word Of Mouth*, Persepsi Harga Dan *Product Quality* Pada PT. Putra Barokah *Success*”.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai derajat sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Selama penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Nurchayati, SE, MM, Akt.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Bapak Drs. Galuh Juliarto, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
3. Bapak Imam Ghozali, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu, selama penulis kuliah.
5. Seluruh keluarga ku yang selalu menyemangatiku.

Akhir kata semoga skripsi penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, Maret 2024

Penulis,

Susilo Eko Daryanto

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan Proposal .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
 <b>II. BAGIAN INTI</b>	
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
1.2 Perumusan Masalah .....	I-6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	I-6
1.4 Tujuan Penelitian .....	I-6
1.5 Manfaat Penelitian .....	I-6
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Telaah Teori.....	II-1
2.1.1 Kinerja Pemasaran .....	II-1
2.1.2 Word of Mount .....	II-2
2.1.3 Persepsi Harga.....	II-3
2.1.4 Product Quality .....	II-5
2.2 Penelitian Terdahulu.....	II-6
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis Dan Perumusan Hipotesis .....	II-11
2.3.1 Pengaruh antara Word of Mouth dengan Kinerja Pemasaran .....	II-11
2.3.2 Pengaruh Antara Persepsi Harga dengan Kinerja Pemasaran .....	II-11
2.3.3 Pengaruh Antara Product Quality dengan Kinerja Pemasaran .....	II-12

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Populasi dan Sampel .....	III-1
3.2	Variabel penelitian dan pengukuran variabel .....	III-2
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	III-3
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian .....	III-4
3.4.1	Uji Validitas .....	III-4
3.4.2	Uji Reabilitas.....	III-5
3.5	Teknik Analisis Data.....	III-6
3.5.1	Analisis Deskripsi .....	III-6
3.5.2	Analisis Inferensial .....	III-7
3.5.2.1	Analisis Regresi Berganda .....	III-7
3.5.2.2	Uji Normalitas .....	III-7
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	III-7
3.5.2.4	<i>Goodness of Fit</i> (Uji Model) .....	III-8
3.5.2.5	Uji Hipotesis (Uji-t).....	III-9

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	IV-1
4.1.1.	Gambaran Umum Responden.....	IV-1
4.1.2.	Deskripsi Variabel .....	IV-3
4.2.	Analisis Data.....	IV-6
4.2.1	Analisis Hasil Penelitian .....	IV-7
4.2.2	Uji Normalitas .....	IV-7
4.2.3	Asumsi Klasik .....	IV-8
4.2.4	<i>Goodness Of Fit</i> .....	IV-9
4.2.5	Pengujian Hipotesis (Uji t.....	IV-11
4.3.	Pembahasan.....	IV-12
4.3.1	Pengaruh Word of Mouth Terhadap Kinerja Pemasaran ...	IV-12

4.3.2 Pengaruh Antara Persepsi Harga dengan Kinerja Pemasaran .....	II-12
4.3.3 Pengaruh Product Quality Terhadap Kinerja Pemasaran .....	IV-13

## BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan.....	V-1
5.2. Saran.....	V-1

