

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS DI GUBUK
AQUATIC KERTOSONO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

RIKO AHMAD FERDIASYAH
NPM: 2112010316

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Oleh:

RIKO AHMAD FERDIASYAH

NPM: 2112010316

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS DI GUBUK
AQUATIC KERTOSONO**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 25 Juni 2025

Pembimbing I



Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M
NIDN. 0715106203

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd
NIDN. 0730127403

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh:

RIKO AHMAD FERDIASYAH

NPM: 2112010316

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS DI GUBUK
AQUATIC KERTOSONO**

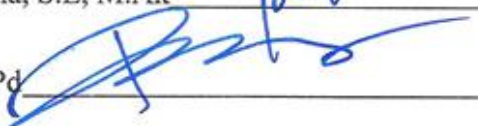
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 07 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | | |
|---------------|-----------------------------------|---|
| 1. Ketua | : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M |  |
| 2. Penguji I | : Dyah Ayu Paramitha, S.E, M.Ak |  |
| 3. Penguji II | : Rino Sardanto, M.Pd |  |

Mengetahui,
Dekan FEB




Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN.0715078102

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Pelan bukan berarti tertinggal, diam bukan berarti menyerah. Karena setiap langkah kecil tetap mendekatkan pada tujuan."

Setiap orang memiliki ritme dan kecepatan masing-masing dalam mencapai tujuan hidupnya. Meskipun seseorang terlihat berjalan lebih lambat atau tidak menunjukkan banyak perubahan, bukan berarti ia gagal atau menyerah. Kadang, diam itu sedang mengumpulkan tenaga. Kadang, pelan itu sedang menjaga langkah agar tetap stabil.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan kekuatan sehingga saya mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber semangat, doa, cinta, dan dukungan tanpa henti dalam setiap langkah perjuangan saya.
3. Keluarga besar, yang terus memberikan motivasi, kebersamaan, dan kehangatan selama proses studi dan penyusunan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing dan seluruh dosen pengajar, atas ilmu, bimbingan, dan arahan yang sangat berarti selama masa studi.
5. Rekan-rekan seperjuangan, yang telah memberikan semangat, masukan, dan menemani saya dalam setiap proses suka dan duka selama menyusun skripsi ini.
6. Pemilik Gubuk Aquatic Kertosono, atas izin, waktu, dan bantuan yang telah diberikan selama pengambilan data penelitian ini.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi kontribusi kecil yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan inspirasi bagi siapa pun yang sedang berjuang menyelesaikan studinya.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Riko Ahmad Ferdiasyah
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Tempat/Tgl. Lahir : Jombang/ 12 April 2002
NPM : 2112010316
Fak/Jurusan/Prodi : FEB / S1-Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 25 Juni 2025
Yang Menyatakan




Riko Ahmad Ferdiasyah
NPM. 2112010316

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Edy Djoko Soeprajitno, S.E,M.M selaku Dosen Pembimbing I.
5. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan waktu, wawasan dan ilmunya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, waktu, dan materi kepada penulis demi kelancaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa' dan dukungannya kepada penulis
9. Seluruh teman-teman penulis yang berperan penting dalam memberikan dukungan dan pengalaman penting selama penulisan skripsi.
10. Diri saya sendiri Riko Ahmad Ferdiasyah, terima kasih sudah bekerja keras sampai di titik ini, terima kasih untuk tidak menyerah ditengah jalan dan terima kasih semangatnya untuk menyelesaikan skripsi.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 25 Juni 2025



Riko Ahmad Ferdiasyah
NPM. 2112010316

ABSTRAK

Riko Ahmad Ferdiasyah: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias di Gubuk Aquatic Kertosono, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2025

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

Peningkatan minat masyarakat terhadap ikan hias menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha di sektor akuakultur hobi. Ikan hias tidak hanya berperan sebagai elemen estetika, tetapi juga menjadi komoditas ekonomi yang menjanjikan. Dalam konteks ini, keputusan pembelian menjadi faktor penting yang dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan *word of mouth*.

Hasil studi sebelumnya menunjukkan perbedaan temuan terkait pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian. Perbedaan tersebut menimbulkan gap penelitian yang penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada usaha mikro kecil seperti Gubuk Aquatic Kertosono. Observasi awal menunjukkan masih terdapat tantangan dalam konsistensi kualitas produk, harga yang kurang kompetitif, dan promosi *word of mouth* yang belum optimal, sehingga menjadi dasar utama dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda terhadap 40 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel harga yang berpengaruh signifikan, sementara kualitas produk dan *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, ketiga variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap UMKM ikan hias lokal yang belum banyak diteliti, dengan menggabungkan analisis ketiga variabel secara komprehensif. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha ikan hias dalam merancang strategi pemasaran yang efektif berbasis penetapan harga, penguatan kualitas produk, dan pemanfaatan *word of mouth*. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya referensi ilmiah di bidang pemasaran UMKM berbasis sektor perikanan hias.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teori dan penelitian terdahulu dari variabel keputusan pembelian	7
1. Pengertian keputusan pembelian	7
2. Dimensi keputusan pembelian.....	7
3. Indikator keputusan pembelian	9
4. Penelitian terdahulu keputusan pembelian	10
B. Teori dan penelitian terdahulu dari variabel kualitas produk.....	11
1. Pengertian kualitas produk	11
2. Dimensi kualitas produk	11
3. Indikator kualitas produk	12
C. Teori dan penelitian terdahulu dari variabel harga	14
1. Pengertian harga	14
2. Faktor-faktor penentu harga.....	15
3. Indikator harga.....	16

4. Penelitian terdahulu harga	17
D. Teori dan penelitian terdahulu dari variabel <i>word of mouth</i>	19
1. Pengertian <i>word of mouth</i>	19
2. Jenis-jenis <i>word of mouth</i>	19
3. Karakteristik <i>word of mouth</i>	20
4. Indikator <i>word of mouth</i>	22
5. Penelitian terdahulu <i>word of mouth</i>	23
E. Kerangka Berpikir	24
F. Hipotesis Penelitian	27
BAB III : METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
1. Variabel Terikat	28
2. Variabel Bebas	28
B. Definisi Operasional Variabel	28
1. Keputusan Pembelian (Y)	29
2. Kualitas Produk (X1)	30
3. Harga (X2)	30
4. <i>Word of Mouth</i> (X3)	32
C. Instrumen Penelitian	33
1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
D. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel	39
E. Prosedur Penelitian	39
1. Studi Pendahuluan dan Pengajuan Judul	39
2. Penyusunan Instrumen Penelitian	40
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4. Pelaksanaan Pengumpulan Data	40
5. Pengolahan Analisis Data	40
6. Penarikan Kesimpulan dan Saran	41
F. Tempat dan Waktu Penelitian	41
1. Tempat Penelitian	41

2. Waktu Penelitian	41
G. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Asumsi Klasik	41
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3. Uji Hipotesis	43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
1. Sejarah Gubuk Aquatic Kertosono.....	46
2. Karakteristik Responden	46
B. Deskripsi Data Variabel	47
1. Deskripsi Data Variabel Bebas.....	47
2. Deskripsi Data Variabel Terikat.....	52
C. Analisis Data	54
1. Uji Asumsi Klasik	54
2. Analisis Regresi Linear Berganda	58
D. Pengujian Hipotesis.....	59
1. Uji Parsial (Uji t)	59
2. Uji Simultan (Uji F)	60
3. Koefisien Determinasi	61
E. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	61
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
3. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	63
4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	64
BAB V : PENUTUP	66
A. Simpulan.....	66
B. Implikasi	67
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
3.1 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	34
3.2 : Skala Likert.....	34
3.3 : Hasil Uji Validitas.....	36
3.4 : Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.1 : Karakteristik Usia	46
4.2 : Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	47
4.3 : Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	49
4.4 : Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i>	51
4.5 : Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	52
4.6 : Hasil Uji Normalitas Kolmogrof- Smirnof.....	55
4.7 : Hasil Uji Multikolinieritas	56
4.8 : Hasil Uji Autokorelasi	57
4.9 : Hasil Regresi Linear Berganda	58
4.10 : Hasil Parsial (Uji t)	59
4.11 : Hasil Simultan (Uji F).....	60
4.12 : Hasil Parsial Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Kerangka Berpikir.....	26
3.1 : Lokasi Gubuk Aquatic Kertosono	41
4.1 : Hasil Uji Normalitas P-Plot	54
4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Kuesioner Penelitian	73
2 : Tabulasi Data	77
3 : Hasil Output SPSS	81
4 : Surat Izin Penelitian	90
5 : Surat Telah Melakukan Penelitian	91
6 : Berita Acara Kemajuan Bimbingan	92
7 : Dokumentasi	94

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, sektor bisnis mengalami pertumbuhan yang cepat dengan persaingan yang semakin tinggi. Situasi ini mengharuskan manajemen untuk lebih inovatif dan kreatif dalam merancang strategi kompetitif yang efektif. Menurut (Anjasromo et al. 2024) kegiatan bisnis adalah serangkaian tindakan ekonomi yang memiliki tujuan utama meraih keberhasilan dan capaian dalam memenuhi kebutuhan keuangan, yang seluruhnya diatur dan dijalankan oleh pemilik entitas usaha. Lebih lanjut, entitas usaha ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga golongan utama: usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Meskipun memiliki tingkat yang berbeda, setiap jenis bisnis tetap memiliki tanggung jawab besar dan harus mampu mengelola operasionalnya dengan baik agar dapat berkembang dan tumbuh dengan cepat.

Keanekaragaman hayati Indonesia yang melimpah adalah suatu kebanggaan tersendiri. Salah satu contohnya adalah variasi jenis ikan hias, baik yang berasal dari laut maupun air tawar. Ikan hias telah menjadi bagian penting dalam dunia akuarium dan industri hobi selama bertahun-tahun. Keindahan visual yang unik, warna yang menawan, dan perilaku yang menarik membuat ikan hias sangat diminati oleh para penggemar di seluruh dunia. Ikan hias merupakan biota air yang dipelihara sebagai sarana mempercantik atau memperindah lingkungan di sekitar manusia, bukan untuk tujuan konsumsi., baik di akuarium rumah maupun di kolam taman.

Popularitas ikan hias semakin meningkat seiring dengan minat masyarakat terhadap dekorasi estetika dan relaksasi di rumah. Selain memiliki warna dan bentuk yang indah, ikan hias juga dikenal memiliki keragaman jenis yang menarik, mulai dari ikan koi, guppy, dan cupang. Di balik keindahannya, Industri ikan hias berkontribusi signifikan dalam perekonomian, terutama melalui budidaya, ekspor, serta penjualan peralatan akuarium. Secara keseluruhan, ikan hias bukan hanya menjadi hobi yang diminati banyak orang, tetapi juga menghadirkan dampak positif baik secara estetika maupun ekonomi.

Sektor perikanan Indonesia menonjolkan ikan hias sebagai salah satu komoditas utama yang konsisten menunjukkan kinerja positif di pasar global. Indonesia mempunyai kapabilitas besar untuk menjadi pemain sentral dalam perdagangan ikan hias dunia, didukung oleh keanekaragaman hayati yang sangat melimpah. Berdasarkan informasi dari Kementerian Kelautan dan Perikanan, pada pertama tahun 2023, total nilai ekspor ikan hias dari Indonesia mencapai 20,5 juta Dolar Amerika Serikat, menandakan peningkatan signifikan sebesar 16,2% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Diproyeksikan bahwa ekspor ikan hias Indonesia akan terus mengalami peningkatan di masa mendatang. Lebih lanjut, data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan diolah oleh Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP) memperlihatkan peningkatan nilai ekspor ikan hias Indonesia dari 30,76 juta Dolar Amerika Serikat (setara dengan Rp 447,78 miliar) pada tahun 2020, menjadi 34,55 juta Dolar Amerika Serikat (sekitar Rp 494,47 miliar) pada tahun 2021, dan kemudian mencapai 36,43 juta Dolar Amerika Serikat (sekitar Rp 542,91 miliar) pada tahun 2022.

Berdasarkan analisis data dari International Trade Statistics (ITC) Trademap yang disusun oleh Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP), Indonesia mampu meraih 11,35% dari total pangsa pasar global untuk komoditas ikan hias pada tahun 2022, dengan estimasi nilai sebesar 321 juta dolar Amerika Serikat. Persentase ini merepresentasikan peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya, di mana pangsa pasar Indonesia tercatat sebesar 8,70%, dan diproyeksikan akan mencapai 16,63 miliar dolar AS pada tahun 2032.

Berdasarkan analisis data International Trade Statistics (ITC) Trademap yang disusun oleh Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP), pada tahun 2022, kontribusi Indonesia terhadap pasar ikan hias dunia mencapai 11,35%, merepresentasikan nilai sebesar 321 juta dolar AS. Angka ini menandakan peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 8,70%. Pada tahun yang sama, estimasi nilai keseluruhan pasar ikan hias global, meliputi transaksi domestik di berbagai negara serta perdagangan lintas batas, diperkirakan mencapai 6,27 miliar dolar AS.

Proyeksi menunjukkan bahwa nilai pasar ini diproyeksikan akan mengalami kenaikan dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 0,25 persen untuk periode 2023 hingga 2032. Menurut (Damayanti et al. 2023) keputusan pembelian adalah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian suatu produk. Proses ini melibatkan beberapa langkah yang diambil oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli. Berdasarkan informasi yang tersedia, tampak bahwa volume pengiriman ikan hias dari Indonesia ke luar negeri menunjukkan tren kenaikan berkelanjutan setiap tahunnya. Fenomena ini mengindikasikan prospek signifikan bagi komoditas tersebut untuk berkompetisi di kancah perdagangan internasional. Dengan demikian, menjadi esensial untuk mengidentifikasi dan mengkaji elemen-elemen yang berkontribusi terhadap terbentuknya keputusan pembelian.

Teori yang menjelaskan tentang kualitas produk diungkapkan oleh (Sudiyono, Kurniawati, and Indah 2018) kualitas suatu barang dapat didefinisikan sebagai tingkat di mana barang tersebut sanggup memenuhi, bahkan melampaui, ekspektasi para pembeli melalui performa dan hasil yang diberikannya. Penting untuk digarisbawahi bahwa mutu produk memiliki dua aspek krusial: pertama, kemampuannya dalam menjalankan fungsi-fungsi esensialnya (kinerja); dan kedua, daya tahannya saat digunakan (keandalan). Penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan and Tukidi 2020) studi ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang signifikan dan terpisah terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, mutu dari suatu barang atau jasa secara individual dan substansial memengaruhi bagaimana konsumen memilih untuk melakukan pembelian. Namun, penelitian lain oleh (Ernestivita and Nur Aini 2023) berdasarkan berbagai studi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kualitas produk tidak selalu memiliki dampak langsung dan terpisah terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian-penelitian ini menunjukkan adanya variasi dalam pengaruh kualitas produk, di mana faktor tersebut adakalanya memengaruhi atau tidak memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Faktor penentu harga merupakan aspek krusial yang senantiasa dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen berharap mendapatkan produk dengan kualitas yang selaras dengan nilai moneter yang dikeluarkan. Menurut (Sudiyono, Kurniawati, and Indah 2018) harga didefinisikan sebagai besaran finansial yang mesti dibayarkan oleh pembeli guna memperoleh suatu barang atau layanan. Secara lebih komprehensif, harga merefleksikan keseluruhan nilai yang rela dikorbankan oleh pelanggan demi meraup keuntungan dari kepemilikan atau pemanfaatan produk atau jasa tersebut. Berbagai studi menegaskan harga adalah (Kurniawan and Tukidi 2020) secara terpisah mengindikasikan adanya dampak parsial yang signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain oleh (Ernestivita and Nur Aini 2023) juga menemukan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, penelitian oleh (Anjasromo et al. 2024) turut memverifikasi bahwa besaran harga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Di samping itu, pengambilan keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh unsur lain, yakni komunikasi dari mulut ke mulut.

Menurut (Grace et al. 2022) *word of mouth* adalah strategi pemasaran yang dilakukan melalui komunikasi langsung antara individu, yang umumnya berasal dari dua sumber utama, yaitu kelompok referensi dan pemimpin opini. Para ahli menekankan bahwa promosi dari mulut ke mulut memiliki dampak yang lebih besar terhadap keputusan pembelian, sebab konsumen cenderung lebih mempercayai pengalaman orang lain yang telah menggunakan suatu produk. Riset yang dilakukan oleh (Khairunnisa et al. 2023) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara komunikasi dari mulut ke mulut dengan keputusan pembelian. Temuan ini diperkuat oleh studi (Amalia et al. 2022) yang juga menemukan pengaruh serupa, selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu yang mengindikasikan bahwa informasi yang tersebar secara informal antarindividu secara signifikan memengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Gubuk Aquatic Kertosono adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang perdagangan ikan hias dan kebutuhan akuarium. Berlokasi di Kertosono, tempat ini menyediakan berbagai jenis ikan hias dan perlengkapan akuarium. Gubuk Aquatic menjadi salah satu destinasi bagi pecinta ikan hias dengan pelayanan yang ramah. Namun dari hasil observasi awal yang telah dilakukan peneliti berjumlah 40 responden menunjukkan bahwa ada beberapa kekurangan pada usaha yang telah dijalani Gubuk Aquatic Kertosono. Kekurangan yang peneliti dapatkan yaitu, kualitas produk kurang konsisten, harga kurang kompetitif dan *word of mouth* yang kurang efektif.

Riset ini mengidentifikasi adanya kesenjangan dalam literatur yang berfokus pada analisis gabungan antara mutu produk, penetapan harga, dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) secara serentak terhadap keputusan pembelian, khususnya dalam konteks usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) seperti Gubuk Aquatic. Studi sebelumnya belum secara komprehensif mengeksplorasi interaksi ketiga faktor ini dalam mempengaruhi perilaku konsumen pada skala usaha tersebut. Sebelumnya, penelitian sering kali hanya memfokuskan salah satu faktor, sementara pengaruh gabungan ketiga faktor tersebut di sektor ikan hias, khususnya pada usaha lokal, masih jarang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami keputusan pembelian konsumen secara lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Di Gubuk Aquatic Kertosono”**

B. Rumusan masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono.
3. Menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan dan informasi yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Mahasiswa/I, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk evaluasi yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan *word of mouth* serta memberikan rekomendasi kepada pemilik usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran berdasarkan kualitas produk, penentuan harga yang kompetitif, dan pemanfaatan *word of mouth* agar lebih memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ikan hias berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. Permana, G. Prasetya. 2024. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Hias Di Acenk Predator Fish." *Global Intellectual Community of Indonesia Journal* 1(2): 97–106. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/gici/article/view/294/923>.
- Amalia et al., 2022. 2022. "Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(4): 1227–36. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/icms/article/download/9436/3962/>.
- Anjasromo, Mohammad et al. 2024. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ikan Hias Predator Di Aquatic Predator Malang." *Jurnal Media Akademik* 2(10). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/793/736/2361>.
- Creswell, John W. 2018. *Writing Center Talk over Time Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Edisi Keli. Thousand Oaks, California: Sage Publications. https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf.
- Daga, Rosniani. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. ed. Hamzah Upu. Sul sel: *Global Research And Consulting Institute*. https://www.researchgate.net/profile/rosnaini-daga/publication/334957485_buku_1_citra_kualitas_produk_dan_kepuasan_pelanggan/links/5dcac674299bf1a47b32ee4f/buku-1-citra-kualitas-produk-dan-kepuasan-pelanggan.pdf.
- Damayanti, Dila et al. 2023. *Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Stie Widya Wiwaha. <http://eprint.stieww.ac.id/2354/1/keputusan-pembelian-dalam-perilaku-konsumen.pdf>.
- Ernestivita, Gesti, and Ika Nur Aini. 2023. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Mas Koki Pada Konsumen." *Business, Entrepreneurship, and Management Journal* 2(2): 75–84. <https://journal.unita.ac.id/index.php/bemj/article/download/901/587/>.
- Grace, Marissa et al. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Banten: Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/4966/1/publilshed%2cbook%2c-e-book%2c-dr.-marissa-grace-haque%2c-et-al%2c-june-2022.pdf>.
- Hardani et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. ed. AK Husnu Abadi, A.Md. Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. https://www.researchgate.net/publication/340021548_buku_metode_penelitian_kualitatif_kuantitatif.

- Harjadi, Dikdik, and Iqbal Arraniri. 2022. *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon, Jawa Barat: Pustaka Ilmu Publishing. https://rama.uniku.ac.id/id/eprint/18/15/monograf-experiental-marketing_compressed.pdf.
- Juninda, Afiza Artamevia. 2024. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Koi Di Astro Blitar Koi." *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (Ritmik)* 6(2): 190–200. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/822%0ahttps://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/download/822/770>.
- Karimuddin, Abdullah, and Jannah Misbahul. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. ed. Nanda Saputra. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/bukumetodologi-penelitian-kuantitatif.pdf>.
- Khairunnisa, Muthia Gian et al. 2023. "Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis* 12(1):117–24. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/20229/15019>.
- Kurniawan, Dimas, and Tukidi. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Air Tawar Pada Toko Rahmat Aquarium, Pondok Aren Tangerang Selatan." *Jurnal Manajemen* 4(2): 37–50. <https://ojs.jekobis.org/index.php/manajemen/article/download/140/128/140>.
- Kusnadi, Edy, Lusiana Tulhusnah, Minullah Minullah, and Riska Ayu Pramesthi. 2022. "Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rani Louhan Di Payangan Bali." *Jurnal Purnama Media(Jpm)* 20(1):22. <https://www.neliti.com/publications/555958/pengaruh-keragaman-produk-harga-dan-lokasi-terhadap-keputusan-pembelian-pada-tok>.
- Sudiyono, Maris Kurniawati, and Rita Indah. 2018. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Malang: Universitas Pgri Kanjuruhan Malang. <https://repository.penerbiteurka.com/media/publications/567135-strategi-pemasaran-produk-wisata-a0ac5208.pdf>.
- Sugiyono. 2017. *Data Kualitatif Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D*. 25th ed. ed. Sugiyono. Bandung: Alfabeta cv. <https://www.scribd.com/document/671612229/sugiyono-2013-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d-1>.
- Wulandari, Anna, and Heru Mulyanto. 2024. *Keputusan Pembelian Konsumen*. ed. Fitri Rezeki Bekasi, Jawa Barat: PT Kimshafi Alung cipta dan penulis. <http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-buku-keputusan-pembelian-konsumen-may-2024.pdf>.