

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
TENUN MULYA KEDIRI**

SKRIPSI

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



OLEH :

YENI APRILIA OKTAVIANI

NPM : 18.1.02.02.0143

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

2022

Skripsi Oleh

YENI APRILIA OKTAVIANI
18.1.02.02.0143

Judul:

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
TENUN MULYA**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal : 28 Juni 2022

Pembimbing I



Ema Nurzainul H, M.M
NIDN. 0727127801

Pembimbing II



Sigit Wisnu Setya B, M.M
NIDN. 0720108202

Skripsi oleh :

YENI APRILIA OKTAVIANI

NPM : 18.1.02.02.0143

Judul :

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
TENUN MULYA**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri
Pada tanggal : 21 juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji

1. Ketua : Ema Nurzainul H, M.M

2. Penguji I : Rino Sardanto, M.Pd

3. Penguji II : Sigit Wisnu Setya B, M.M

Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Yeni Aprilia Oktaviani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Trenggalek/ 23 April 2000
NPM : 18.1.02.02.0143
Fak/Prodi. : Ekonomi dan Bisnis / 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, 28 Juli 2022
Yang Menyatakan



YENI APRILIA OKTAVIANI
NPM : 18.1.02.02.0143

MOTTO

**Gaze the stars and seek your path, where there is light there are also shadows,
never look back if you have nothing to regret.**

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

- **Alm. Bapak Marsidi dan Almh. Ibu Kartilah tercinta.**
- **Seluruh keluarga tercinta, Embok, Maksuji, Yutum, Almh. Budemi, Kang Jito, Bude Jumi, Vika, Lekmin.**
- **Septia Indri Saputri dan Rabiatul Adawiyah.**
- **Teman-temanku, Sokip, Ulan, Nuri, Kak Eka, Kak Pradipta, Kak Herdi, Randu, Mala, Dania, Erma.**
- **Almamater UNP Kediri.**

ABSTRAK

Yeni Aprilia Oktaviani: Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tenun Mulya, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian.

Toko Tenun Mulya sudah berdiri sejak tahun 2016, berbagai macam produk kain tenun dijual pada toko ini. Banyaknya pengusaha kain tenun yang bermunculan saat ini membuat persaingan begitu sangat ketat, ada banyak cara yang dilakukan oleh Toko Tenun Mulya agar dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggannya seperti menggunakan promosi *word of mouth*, kualitas produk dan saluran distribusi. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya.

Variabel yang digunakan yaitu (1) *Word of Mouth*, (2) Kualitas Produk, (3) Saluran Distribusi, (4) Keputusan Pembelian. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling purposive* dengan menggunakan 40 responden sebagai sampel. Pendekatan dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS statistics versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,763 + 0,037x_1 + 0,754x_2 + 0,317x_3$ nilai α 7,382 yang artinya semua variabel bebas yaitu *word of mouth*, kualitas produk, dan saluran distribusi mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Regresi X1 0,037, Regresi X2 0,754, Regresi X3 0,317. Maka semua berpengaruh secara positif naik 1 (satuan) peningkatan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah (1) *word of mouth* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (3) saluran distribusi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan (4) *word of mouth*, kualitas produk dan saluran distribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Toko Tenun Mulya” ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Manajemen UNP Kediri.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M. Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Ema Nurzainul H, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Sigit Wisnu Setya B, M.M selaku dosen pembimbing 2 yang dengan kesabaran dan keikhlasan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan membantu penulis menyempurnakan dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Suharto selaku pemilik Toko Tenun Mulya yang telah menerima dan memperbolehkan saya untuk melakukan penelitian di Toko Tenun Mulya.
7. Kedua orang tua, Alm. Bapak Marsidi dan Almh. Ibu Kartilah yang sudah di surga, terima kasih telah melahirkan dan membesarkan saya dan juga terima kasih bantuan dan dorongan dari kedua orang tua saya, khususnya dari keluarga ibu saya yang memberikan dukungan selama saya masuk kuliah sampai dengan saat ini.
8. Teman-temanku, Septia Indri Saputri, dan Rabiatul Adawiyah yang telah berjuang bersama-sama dan selalu memberikan semangat dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis sangat menghargai dan memerlukan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu dalam kesempurnaan laporan ini. Akhirnya dengan selesainya skripsi ini dibuat semoga berguna dan dapat bermanfaat bagi semua pihak dimasa yang akan datang.

Kediri, 28 Juni 2022

Penulis



Yeni Aprilia Oktaviani
NPM : 18.1.02.02.0143

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teori	10
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berpikir.....	23
D. Kerangka Konseptual	26
E. Hipotesis.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Variabel Penelitian	28
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	31
C. Tempat dan Waktu Penelitian	32
D. Populasi dan Sempel	33
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
B. Deskripsi Data Variabel	50
C. Analisis Data	63
D. Pengujian Hipotesis.....	68
E. Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pesaing Tenun Ikat	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	35
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Kuesioner.....	35
Tabel 3. 3 Uji Validasi	36
Tabel 3. 4 Uji Reabilitas.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli	50
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word of Mouth	54
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Saluran Distribusi	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4. 10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Determinasi.....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Kuesioner	39
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko Tenun Mulya.....	48
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	63
Gambar 4. 3 Dependen Variabel: Keputusan pembelian	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN.....	79
LAMPIRAN 2 : HASIL WAWANCARA DENGAN PEMILIK TENUN MULYA	83
LAMPIRAN 3 : TABULASI DATA PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN 4 : GAMBARAN UMUM RESPONDEN.....	90
LAMPIRAN 5 : FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN	91
LAMPIRAN 6 : UJI VALIDITAS DAN REABILITAS.....	93
LAMPIRAN 7 : OUTPUT SPSS	98
LAMPIRAN 8 : DOKUMENTASI	101
LAMPIRAN 9 : BERITA ACARA & KARTU BIMBINGAN	102
LAMPIRAN 10 : SURAT PENELITIAN	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam suatu perekonomian yang dapat membantu dalam menciptakan suatu nilai ekonomi. Faktor penting dalam menciptakan suatu nilai tersebut yaitu berupa kegiatan produksi, pemasaran dan konsumsi sehingga pemasaran menjadi faktor penghubung antara faktor produksi dan konsumsi. Ditengah persaingan bisnis yang ketat saat ini dimana orang-orang menjalankan bisnis barunya secara offline atau online, maka dari itu setiap pemilik bisnis harus mempunyai strategi agar produk mereka dapat diterima dari pada pesaingnya. Meskipun saat ini sudah banyak perusahaan yang menjalankan strategi pemasaran digital, tetapi mereka tetap perlu memperhatikan bagaimana konsep pemasaran yang diproses agar pemasaran yang dijalankan dapat memberikan hasil yang maksimal, menurut (William J. Stanton, 2013:18) “suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsep merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan”. Konsep pemasaran berpendapat bahwa dapat dijadikan kunci untuk mencapai tujuan-tujuan dari organisasi terdiri dari penentuan suatu kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan juga lebih efisien dibandingkan dengan para pesaing.

Dalam dunia pemasaran komunikasi menjadi peranan penting untuk dapat meningkatkan layanan penjualan suatu produk dan perusahaan itu sendiri. Komunikasi sendiri ialah alat yang banyak digunakan dalam suatu

pemasaran, salah satunya yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal dapat berupa tulisan maupun dalam bentuk lisan. Dalam di dunia digital saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat para perusahaan untuk mencari strategi yang tepat agar dapat memasarkan produk mereka dengan menggunakan sosial media elektronik. Tetapi masih banyak juga perusahaan yang masih belum menggunakan media elektronik sebagai strategi pemasaran yaitu dengan melalui strategi pemasaran dari mulut ke mulut atau *Word of mouth*. Dalam menjalankan strategi ini perusahaan dapat melakukan hal yang mendorong atau memudahkan para konsumen untuk membicarakan produk mereka, salah satunya memasarkan kualitas produk dengan mutu terbaiknya. Dengan konsumen yang telah menggunakan produk tersebut dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Word of mouth menurut (Soraya & Novi Marlana, 2020) merupakan gambaran memperkenalkan produk yang dilaksanakan melalui pembicaraan mulut ke mulut mengenai sesuatu yang baik pada barang ataupun jasa yang sudah di gunakan. Hal tersebut dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki kekurangan atau kelebihan suatu produk dengan menambahkan kualitasnya sehingga dapat dipercaya oleh para konsumen.

Soraya & Novi, 2020 menyatakan *Word of Mouth* (WOM) dapat berupa suatu komentar atau rekomendasi yang kemudian disebar luaskan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman yang telah diterima, dengan adanya *Word Of mouth* ini dapat memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak konsumen lain.

Word of mouth dapat berjalan dengan baik apabila kualitas produk dapat di rasakan sepenuhnya oleh para konsumen, yang kemudian hal tersebut dapat berdampak pada sebuah keputusan pembelian. Puspita, 2016, mendefinisikan kualitas sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memutuskan keinginan konsumen. Dalam menentukan keputusan pembelian produk disuatu perusahaan, pembeli akan menentukan berbagai hal terlebih dahulu untuk memastikan apakah produk tersebut dianggap penting untuk dibeli. Selain itu, berbagai cara dilakukan perusahaan untuk mendapatkan profit salah satunya ialah memberikan pelayanan pada prosedur pengantaran sebuah produk kepada konsumen, biasanya proses ini disebut dengan saluran distribusi.

Sumarni, (2010) menyatakan saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut agar sampai ke konsumen atau pemakai. Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaan sesuai dengan yang diperlukan (Tjiptono, 2014:295). Saluran distribusi sangat berguna untuk menjalankan kegiatan bisnis, seperti pada perusahaan dagang, perusahaan manufaktur, retail dan lain sebagainya. Tujuan saluran distribusi ini adalah agar mampu memudahkan perusahaan dalam menyalurkan barang tersebut, sehingga nantinya barang yang diproduksi tersebut tidak terjadi penumpukan digudang dan dapat mengakibatkan kadaluwarsa ataupun menyebabkan

kerusakan pada suatu barang. Selain itu saluran distribusi dilakukan perusahaan untuk menjangkau konsumen yang ingin mencoba atau menggunakan produk tersebut tetapi berada di luar kota atau diluar negeri, dengan adanya itu saluran distribusi membuat konsumen dapat membeli produk yang telah dipasarkan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Chyntia, 2020) yang berjudul ”Pengaruh Word of Mouth (WOM) Kualitas Produk Terhadap Kualitas Pembelian”, menyatakan bahwa variabel *word of mouth*, dan variabel kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap sebuah keputusan pembelian. Dengan adanya promosi *word of mouth* dapat membantu dalam penyebaran informasi mengenai produk yang dijual, berjalannya *word of mouth* yang dilakukan oleh konsumen dikarenakan adanya kualitas produk yang memenuhi selera konsumen.

Sedangkan penelitian (Wijaya et al., 2019) menyatakan saluran distribusi juga dapat menentukan keputusan pembelian, dengan menyalurkan produk yang telah dijual kepada konsumen sesuai dengan ketepatan waktu. Dalam penelitiannya menunjukkan sebagian besar para konsumen memutuskan pembeliannya karena relatif dipengaruhi oleh adanya *word of mouth*, kualitas produk dan saluran distribusi.

Tabel 1. 1
Data Pesaing Tenun Ikat

No	Nama Toko	Jenis Usaha	Alamat
1	Tenun Ikat Mendali Mas	Tenun Ikat	Gang B N0. 54C Bandar Kidul
2	ATBM Kodok Ngorek	Tenun Ikat	Gang 7 No. 21 B Bandar Kidul
3	Kurniawan	Tenun Ikat	Gang VII No.42 Bandar Kidul
4	AAM Putra	Tenun Ikat	Gang VII No.33 B Bandar Kidul

Sumber : data diolah sendiri, 2022

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil data dari pesaing antar tenun ikat yang terletak di Bandar Kidul, yang memiliki ciri khas tenun yang berbeda-beda seperti, kualitas bahan yang digunakan untuk membuat kain tenun relatif dengan kualitas standar, dan motif tenun yang hampir mirip.

Berdasarkan hasil observasi menyatakan bahwa Toko Tenun Mulya merupakan usaha yang bergerak dalam pemuatan kain tenun, terletak di Jalan Bandar Lor Gg. XI No. 21, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Toko Tenun Mulya ini didirikan pada bulan September 2016, pendirian ini bertujuan untuk mengembalikan kejayaan industri tenun tradisional yang ada pada Desa Bandar. Selain menjual kain tenun Toko Tenun Mulya juga memproduksi berbagai macam produk dari kain tenun contohnya seperti baju, tas, sarung dan masih banyak lagi.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan pemilik Toko Tenun Mulya mereka menyampaikan bahwa pengerajin lebih memilih bahan baku pembuatan kain tenun dengan kualitas yang bagus, karena Toko Tenun Mulya sendiri lebih mengutamakan soal kualitas produk yang mereka hasilkan. Banyaknya pesaing yang bermunculan tidak membuat Toko Tenun Mulya ini kehilangan konsumennya, biasanya konsumen Toko Tenun Mulya berasal dari berbagai kalangan seperti orang yang berada dikalangan guru, dokter dan masih banyak lagi. Bukan hanya dalam kota tapi penjual juga dapat menyalurkan produk yang di jual kepada konsumen yang berada diluar kota. Dalam memutuskan untuk membeli kain tenun di Toko Tenun Mulya dapat memberikan kontribusi yang baik. Kontribusi

yang di harapkan ialah meningkatkan volume penjualan yang hasilnya akan memberi keuntungan bagi Toko Tenun Mulya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada Toko Tenun Mulya. Oleh karena itu peneliti mengambil judul penelitian **“PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO TENUN MULYA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi *Word of Mouth*
2. Kualitas produk yang masih tidak sesuai dengan yang di harapkan oleh para konsumen
3. Saluran distribusi yang mengalami hambatan karena harus mengirim keluar negeri
4. Keputusan pembelian yang tidak stabil yang dapat dilihat dari tidak tercapainya target penjualan dan juga penjualan yang kadang naik turun.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah peneliti jelaskan, maka dari itu diperlukan batasan masalah agar tidak menyimpang dari apa yang telah

lama direncanakan, sehingga tujuan sebenarnya dapat tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada penelitian tentang pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi, dan keputusan pembelian
2. Sampel yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah konsumen pada Toko Tenun Mulya
3. Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tenun Mulya

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka disusun rumusan masalah secara spesifik sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya?
3. Adakah pengaruh Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya?
4. Adakah pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya
3. Untuk mengetahui pengaruh Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya
4. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian pada Toko Tenun Mulya

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat secara Teoritis

- a. Bagi Pembaca

Dengan adanya hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refressi dan juga informasi untuk kepentingan ilmiah dan juga sebagai bahan refrensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang telah disajikan di dalam penelitian.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai saranan tolak ukur dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku kuliah dan juga dapat memperluas ilmu khusudnya dalam bidang pemasaran yakni *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi Toko Tenun Mulya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan juga pertimbangan terhadap menentukan arah kebijakan pada Toko Tenun Mulya agar dapat diterapkan strategi yang relevan sehingga dapat mengembangkan dan juga mempertahankan eksistensi Toko Tenun Mulya.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengalaman dan wawasan yang ada pada dunia pemasaran dan dapat digunakan untuk latihan penerapan antara teori yang didapat di bangku kuliah dengan dunia kerja

DAFTAR PUSTAKA

- Ajrina, R. T., & Prihatini, A. E. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Studi Pada Konsumen Lipstik Revlon Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, IX(Iii)*, 302– 309. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28091%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/28091/24334>
- Ali Hasan. 2020. *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL LTD. Vol 1 No 1*, 1.
- Andi Sernovitz. 2020. *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL LTD. Vol 1 No*, 17.
- Angipora. 2015. *PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL AVANZA. Vol 4 No 9*, 1.
- Angipora, M. P. 2015. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta. Kedua.
- Chyntia, T. 2020. Analisis Pengaruh Word of Mouth WOM Kualitas Produk Terhadap Kualitas Pembelian. *Jurnal Maneksi*, 9 1, 362–364.
- David W. Cravens. 2018. *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Merek Anlene Di Jakarta. Vol 7 No 1*, 28.
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. 2020. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan JIMK*, 1 1, 1–13.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawijaya, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil Di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 1(3), 193–208.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. millennium.
- Mowen & Minor. 2016. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). Vol 34 No*, 1.
- Mundilarso. 2022. *Pengertian Hipotesis*. 5 April. <https://www.gurupendidikan.co.id/hipotesis-adalah/>
- Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung. ALFABETA, CV.

- Promosi, P., Distribusi, S., Kualitas, D., Terhadap, P., Pembelian, K., Valve, P., & Valmatic, P. 2020. *JIMEK*. 3.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. 2017. Theinfluence of Word of Mouth and Product Quality of Purchasing Decision on Pt. Kangzen Kenko Indonesia in Manado. *Pengaruh Word of Mouth... 4585 Jurnal EMBA*, 5(3), 4585–4594.
- Rumawung, V., Tumbel, T. M., Program, A. Y. P., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi. *Productivity*, 2(5), 433–438. www.bitebrands.com
- Sandu Siyoto. 2015. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Soraya, N. C. T., & Novi Marlina. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3), 229–245. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim>
- Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. 2015. *Definisi Operasional : Tujuan, Manfaat dan Cara Membuat*. 07/03 <https://penerbitbukudeepublish.com/definisi-operasional/>
- Sumami dan Soeprihanto. 2019. *PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT. YASA KARYA INDONESIA MEDAN*. Vol 9 No 2, 288.
- Suwarno. 2019. *POLA DAN FUNGSI SALURAN DISTRIBUSI BUAH NAGA PADA UD SUNFLOWER YOGYAKARTA*. 1.
- Syahrur, D. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. P. Rusydi Ananda (ed.)). Bandung. Citapustaka Media.
- Thanthirige, P., Shanaka, R., Of, A., Contributing, F., Time, T. O., Of, O., Shehzad, A., & Keluarga, D. D. 2016. *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI PENERBANGAN DOMESTIK DI DAVINA TOUR AND TRAVEL GORONTALO*. August.
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. (Andi ed.).
- Wijaya, F., Andy, A., Vincent, V., Steven, S., & Harahap, R. A. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). *Jurnal Darma Agung*, 27(2), 973. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i2.268>
- William J. Stanton. 2013. *Definisi dan konsep pemasaran*. 2013. 07/04 <https://www.hestanto.web.id/konsep-marketing-menurut-beberapa-pakar/>