

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
APOTEK NESA MEDIKA FARMA SOMOROTO**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nesa Medika Farna Somoroto

Nama : Kiki Fatmala

NIM : 14413359

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 4 Juli 2018

Pembimbing I

  
(Titi Rapini, SE,MM)  
NIDN/NIDK 0005056301

Pembimbing II

  
( Dra.Umi Farida,MM )  
NIDN/NIDK 0710016101

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



  
(Titi Rapini, SE,MM)  
NIDN/NIDK 0005056301

Dosen Penguji :

  
(Titi Rapini, SE,MM)  
NIDN/NIDK 0005056301

  
(Hadi Sumarsono, SE,MM)  
NIDN/NIDK 0008057601

  
( Naning Kristiyana, SE,MM)  
NIDN/NIDK 0721117501

## RINGKASAN

Penelitian ini menggunakan variabel Independen Word Of Mouth (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) serta variabel Dependen Loyalitas Pelanggan (Y). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 76 responden yang melakukan pembelian di Apotek Nesa Medika Farma Somoroto. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan pada Word Of Mouth, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Pada Uji Determinasi ( $R^2$ ) terdapat pengaruh sebesar 47,5% dari variabel independen (word of mouth, persepsi harga dan kualitas layanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan).

**Kata kunci : word of mouth, persepsi harga, kualitas layanan, loyalitas pelanggan**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi in dengan baik. Adapun judul yang diambil penulis adalah “ **PENGARUH *WORD OF MOUTH*, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APOTEK NESA MEDIKA FARMA SOMOROTO**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak **Drs.H.Sulthon,M.Si** Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu **Titi Rapini, SE, MM** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu **Dra. Umi Farida, MM** Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak **Drs. H. Setyo Adji, SE, MM** selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.



5. Ibu **Dra. Umi Farida, MM** selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penghargaan serta ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh responden penelitian yang telah membantu penulis dalam memberikan data informasi dalam penelitian ini.

Segala hormat dan terima kasih penulis ucapkan ayahanda Miseno dan ibunda Narsih atas kasih sayang dan dukungan beliau serta doa yang tak pernah putus untuk keberhasilan penulis dan terma kasih juga penulis ucapkan untuk **kakak tercinta Dina Suryani** yang selalu memberikan semangat untuk penulis.

Ponorogo, 2018

Penulis

**Kiki Fatmala**  
**14413359**

## Halaman Persembahan

1. Pertama saya tujukan untuk Allah SWT sang maha pencipta yang telah memberikan kelancaran dalam kesehatan, kekuatan, kesabaran, dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Tak lupa untuk junjungan kita nabi besar MUHAMMAD SAW yang menjadi suri tauladan bagi semua umatnya termasuk penulis, dimana yang selalu memotivasi dan berkiblat agar menjadi manusia yang lebih baik dan menjadi umat nya yang akan selamat dunia akhirat.
3. Bapak Drs.H.Sulthon,M.si Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Ibu Titi Rapini, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Ibu Dra. Umi Farida, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
6. Bapak Drs. H. Setyo Adji, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Segenap staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyampaikan terima kasih atas pertolongan dan kemudahan yang diberikan sehingga seluruh referensi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini dapat terpenuhi dengan baik.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan kerjasamanya demi kelancaran penulisan skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat atas segala ilmu, masukan, dan teladan yang telah diberikan, yang akan selalu bermanfaat bagi penulis.
11. Ibu, Ayah dan serta seluruh keluarga. Penulis menyampaikan terima kasih atas segala dukungan dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis, khususnya selama proses penulisan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat Hebat Dening, Kiki, Aisyah, , Ika, dan seluruh rekan Manajemen A Reguler angkatan 2014 .Terima kasih atas segala dukungan motivasi, informasi dan tukar pikiran sehingga penulis tidak pernah putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh rekan KKN 2017 Menang Jambon, Hefin, Indra, Qosi, Wiwin, Hery, Verika , Abu dan Angga . Penulis menyampaikan terima kasih telah memberikan masukan dan semangat.
14. Sahabat-sahabat setia diluar kampus. Vety, Dwi, Yora, Tika yang sampai sekarang mendukung dan memberi semangat. Seluruh pihak yang telah

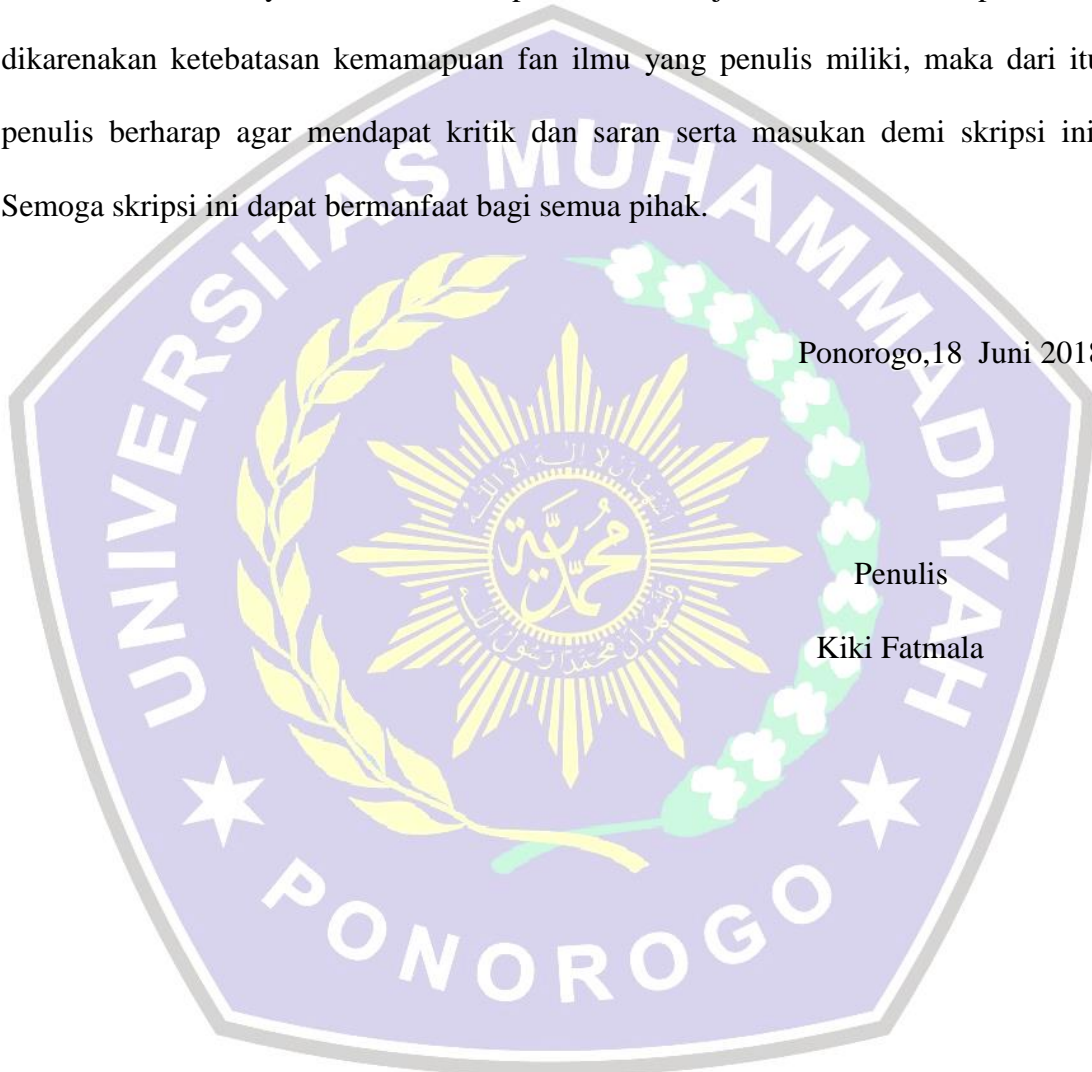
berjasa atas terwujudnya skripsi ini, yang belum penulis sebutkan sebelumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna ini dikarenakan ketebatasan kemampuan fan ilmu yang penulis miliki, maka dari itu penulis berharap agar mendapat kritik dan saran serta masukan demi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo, 18 Juni 2018

Penulis

Kiki Fatmala







PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Juli 2018



(Kiki Fatmala)

## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan .....	iii
Ringkasan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Persembahan .....	vii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian .....	x
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Pengertian Jasa .....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	15

2.1.4	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	20
2.1.5	Loyalitas Pelanggan .....	21
2.1.6	Word Of Mouth.....	25
2.1.7	Persepsi Harga.....	30
2.1.8	Kualitas Layanan.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu .....	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	40
2.4	Hipotesis Penelitian.....	41
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	43
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
3.2.1	Populasi Penelitian.....	43
3.2.2	Sampel Penelitian.....	44
3.3	Metode Pengambilan Data .....	45
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Analisis Data .....	49
3.5.2	Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas .....	49
3.5.3	Teknik Analisis Data.....	51
	a. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
	b. Koefisien Determinasi.....	52
3.5.4	Uji Hipotesis .....	52
	Uji T dan Uji F .....	52



## **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah Singkat Apotek Nesa Medika Farma Somoroto .....	54
4.1.2	Visi Apotek Nesa Medika Farma Somoroto .....	56
4.1.3	Misi Apotek Nesa Medika Farma Somoroto .....	56
4.1.4	Persaingan Apotek Nesa Medika Farma Somoroto .....	57
4.1.5	Gambaran Umum Word Of Mouth, Persepsi Harga,Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan dalam Perusahaan .....	58
4.1.5.1	Word Of Mouth.....	58
4.1.5.2	Persepsi Harga.....	59
4.1.5.3	Kualitas Layanan.....	59
4.1.5.4	Loyalitas Pelanggan .....	60
4.2	Hasil Uji Instrument.....	61
	a.Hasil Uji Validitas .....	61
	b. Hasil Uji Reabilitas .....	63
4.3	Karakteristik Responden .....	64
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	64
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	67
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Setiap Pernyataan dari Setiap Variabel .....	68

a. Variabel Word Of Mouth .....	68
b. Variabel Persepsi Harga .....	70
c. Variabel Kualitas Layanan .....	72
d. Variabel Loyalitas Pelanggan .....	77
4.4 Hasil Analisis Data.....	79
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
4.4.2 Hasil Koefisien Determinasi .....	81
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	82
4.5.1 Hasil Uji T .....	82
4.5.2 Hasil Uji F .....	84
4.6 Implikasi Hasil Penelitian .....	85
4.6.1 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nesa Medika Farma Somoroto.....	86
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nesa Medika Farma Somoroto.....	87
4.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nesa Medika Farma Somoroto.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.2	Hasil Uji Reabilitas .....	63
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	64
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	67
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word Of Mouth .....	69
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga .....	70
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan .....	72
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.13	Hasil Uji T.....	83
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	85

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran .....40





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	.....
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas .....	.....
Lampiran 3 Hasil Uji Reabilitas.....	.....
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	.....
Lampiran 5 Hasil Koefisien Determinasi.....	.....
Lampiran 6 Hasil Uji T.....	.....
Lampiran 7 Hasil Uji F.....	.....
Lampiran 8 Frekuensi Jawaban Responden.....	.....

