

**PENGARUH WORD OF MOUTH, PRICE PERCEPTION DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND  
ELZATTA HIJAB (STUDI KASUS PADA MAHASISWI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Zera Novika Syahmuna  
NIM : 18414784  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**PENGARUH WORD OF MOUTH, PRICE PERCEPTION DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND  
ELZATTA HIJAB (STUDI KASUS PADA MAHASISWI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Zera Novika Syahmuna  
NIM : 18414784  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Word Of Mouth, Price Perception Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Brand Elzatta Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*

Nama : Zera Novika Syahmuna  
NIM : 18414784  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 21 November 1999  
Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 20 Juli 2022

Pembimbing I

  
Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom  
NIDN. 0025057401

Pembimbing II

  
Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NIDN. 0707118602

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

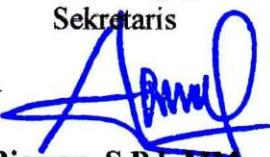
  
Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si.  
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Pengaji :

Dosen Pengaji I

  
Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom  
NIDN. 0025057401

Dosen Pengaji  
Sekretaris

  
Riwaw, S.Pd, MM  
NIDN. 0705128502

Anggota

  
Adri Santoso, SE., MM  
NIDN. 0727118803

**Pengaruh *Word Of Mouth*, *Price Perception* Dan Gaya Hidup  
Terhadap Keputusan Pembelian Brand Elzatta Hijab (Studi Kasus  
Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**

Zera Novika Syahmuna

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth*, *Price Perception* Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Brand Elzatta Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sampel dalam penelitian berjumlah 96 dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian brand elzatta hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (2) Terdapat pengaruh antara *price perception* terhadap keputusan pembelian brand elzatta hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (3) Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian brand elzatta hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (4) Terdapat pengaruh antara *word of mouth*, *price perception*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian brand elzatta hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Kata Kunci : *Word Of Mouth*, *Price Perception*, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh antara *Word Of Mouth, Price Perception, Dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Brand Elzatta Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, S.E.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Dr. Heri Wijayanto, S.T.,MM.,M.Kom. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi
5. Wahna Widhianingrum, SP.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan tulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua.

Ponorogo, 20 Juli 2022

Zera Novika Syahmuna

## **HALAMAN PERSEMPAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta saya, Ibu Katini dan Bapak Kabib yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya serta banyak memberikan dukungan sehingga membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Diriku yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun dengan melewati berbagai rintangan.
4. Manajemen E angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo, terimakasih sudah menjadi teman baik.
5. Support systemku yang selalu sabar, mengalah memberikan dukungan untuk diri ini.
6. Kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.

## **PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG**

### **KODE ETIK**

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 tertuli diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Juli 2022



Zera Novika Syahmuna

NIM 18414784

## MOTTO

**“KAMU TIDAK HARUS MENJADI HEBAT UNTUK MEMULAI, TETAPI KAMU  
HARUS MULAI UNTUK MENJADI HEBAT”**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	vi
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
a. Pengertian Manajemen .....	10
b. Pengertian Pemasaran.....	10
c. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
d. Pengertian Bauran Pemasaran .....	12

e. Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
f. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	16
g. Indikator Keputusan Pembelian .....	17
h. Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	18
i. Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	19
j. Pengertian <i>Price Perception</i> .....	19
k. Indikator <i>Price Perception</i> .....	20
l. Pengertian Gaya Hidup .....	21
m. Faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup .....	22
n. Indikator Gaya Hidup .....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Model Konseptual Penelitian .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	30
B. Populasi dan Sampel penelitian .....	30
1. Populasi .....	30
2. Sampel .....	31
C. Metode Pengambilan Data.....	35
1. Data Primer.....	35
2. Skala Pengukuran .....	35
D. Definisi Operasional Variabel .....	36
E. Metode Analisis Data .....	38
1. Uji Instrumen .....	38

a.	Uji Validitas.....	38
b.	Uji Reliabilitas.....	39
2.	Uji Asumsi Klasik .....	40
a.	Uji Normalitas .....	40
b.	Uji Multikolinearitas .....	40
c.	Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.	Alat Analisis Data.....	41
a.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
b.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
4.	Uji Hipotesis.....	42
a.	Uji T (Parsial) .....	42
b.	Uji F (Simultan).....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
A.	Hasil Penelitian.....	45
1.	Gambaran Umum Brand Hijab Elzatta.....	45
2.	Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Ponorogo .....	46
3.	Gambaran Umum Responden.....	48
a.	Profil Responden .....	48
b.	Deskripsi Jawaban Responden .....	50
c.	Uji Instumen .....	55
d.	Uji Asumsi Klasik .....	58
e.	Alat Analisis Data.....	60
f.	Uji Hipotesis.....	64
B.	Pembahasan .....	71

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2 Jumlah Mahasiswi .....	31
Tabel 3 Perhitungan Sampel.....	34
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	37
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	48
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	49
Tabel 7 Tanggapan Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i> ( $X_1$ ).....	50
Tabel 8 Tanggapan Responden Variabel <i>Price Perception</i> ( $X_2$ ).....	51
Tabel 9 Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) .....	53
Tabel 10 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	54
Tabel 11 Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
Tabel 15 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	60
Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 17 Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 18 Hasil Uji T (Parsial).....	65
Tabel 19 Hasil Uji F (Simultan) .....	69

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 2 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H0.....	66
Gambar 3 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H0.....	67
Gambar 4 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H0.....	68
Gambar 5 Kurva Uji F.....	70

