

**PENGARUH HARGA DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK WARDAH
DI WILAYAH KECAMATAN CAKUNG, JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND WORD OF MOUTH
COMMUNICATION ON CUSTOMER SATISFACTION
WARDAH PRODUCT IN CAKUNG SUB-DISTRICT AREA,
EAST JAKARTA***

Oleh

RIZKI PUTRI AMELIA

2016410078

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Putri Amelia

NIM : 2016410078

Jurusan : Manajemen

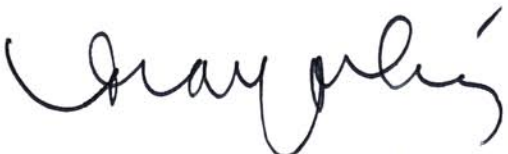
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Komunikasi *Word of Mouth* terhadap
Kepuasan Pelanggan Produk Wardah di Wilayah Kecamatan
Cakung, Jakarta Timur

Telah diperiksa dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana.

Jakarta, 8 Februari 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



(Dian Anggraeny Rahim., S.E, M.Si)

Menyetujui,
Pembimbing



(Dr. Firsan Nova)

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK WARDAH DI
WILAYAH KECAMATAN CAKUNG, JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND WORD OF MOUTH
COMMUNICATION ON CUSTOMER SATISFACTION WARDAH
PRODUCT IN CAKUNG SUB-DISTRICT AREA, EAST JAKARTA***

Oleh

RIZKI PUTRI AMELIA

2016410078

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji
Jakarta, 18 Februari 2021



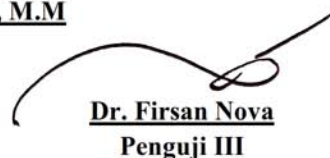
Dr. Firsan Nova
Pembimbing



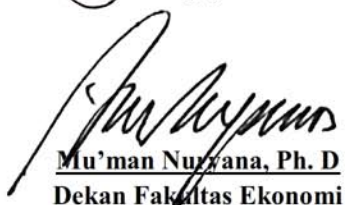
Drs. Fauzi Basvir, M.M
Penguji I



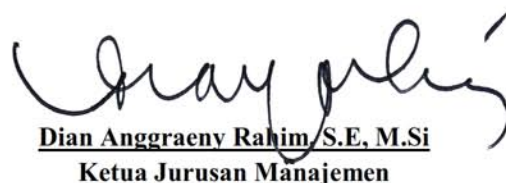
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M
Penguji II



Dr. Firsan Nova
Penguji III



Mu'man Nuzwana, Ph. D
Dekan Fakultas Ekonomi



Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Putri Amelia

NIM : 2016410078

Jurusan / Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Harga dan Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Wardah di Wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Rizki Putri Amelia

ABSTRAK

Nama: Rizki Putri Amelia. NIM: 2016410078. Judul: Pengaruh Harga dan Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Wardah di Wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur, Bidang Ilmu: Manajemen Pemasaran, di bawah bimbingan: Dr. Firsan Nova.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, dan komunikasi *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan produk Wardah di wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Lokasi penelitian ini bertempat di Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam menetapkan responden pada penelitian ini, digunakan sampel berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik pendugaan proporsi. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, dan komunikasi *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel harga, dan komunikasi *word of mouth* secara keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 32,437. Variabel harga secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,941. Variabel komunikasi *word of mouth* secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,187.

Kata Kunci: *Harga, Komunikasi Word of Mouth, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linier Berganda.*

ABSTRACT

Name: Rizki Putri Amelia. NIM: 2016410078. Title: The Influence of Price and Word of Mouth Communication on Customer Satisfaction Wardah Product in Cakung Sub-District Area, East Jakarta. Field of Science: Marketing Management, under guidance: Dr. Firsan Nova.

This research was conducted to determine the effect of price and word of mouth communication on customer satisfaction of Wardah product in Cakung sub-district, East Jakarta. The location of this research is located in Cakung sub-district, East Jakarta. This type of research use an associative approach. The quantitative approach used in this study a survey method. In determining respondents in this study, a sample of 100 people was used by using a sampling technique, the proportion estimation technique. The analytical tool used multiple linear regression with the aim to determine the effect of price and word of mouth communication on customer satisfaction.

The results showed that the variable of price and word of mouth communication as a whole had an influence on customer satisfaction, this was evidenced by the F test with a F_{count} value 32,437. The price partially has an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the t test with a t_{count} value 2,941. The word of mouth communication variable partially has an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the t test with a t_{count} value 5,187.

Keywords: Price, Word of Mouth Communication, Customer Satisfaction, Multiple Linier Regression

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penyusunan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Harga dan Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Wardah di Wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur”** dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua beserta keluarga yang dengan penuh kesabaran memberikan dukungan dan motivasi kepada penyusun untuk menyelesaikan pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi.
2. Bapak Dr. Firsan Nova selaku pembimbing/ promotor yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Mu'man Nuryana, Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Darma Persada yang telah membekali berbagai ilmu yang sangat berguna bagi penyusun dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

6. Patri Naufal, seseorang yang selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi ini sekaligus sebagai suami penulis,
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi menunjang penelitian ini. Akhirnya, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat banyak.

Jakarta, 2 Februari 2021

Rizki Putri Amelia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
1. Pengertian Pemasaran	13
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Harga	17
1. Pengertian Harga	17
2. Peranan Harga	18

3. Tujuan Penetapan Harga	19
4. Kebijakan Harga	20
5. Dimensi Harga	22
2.1.3 Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i>	22
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> .	22
2. Kategori Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> <i>Marketing</i> (WOM)	24
3. Manfaat Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> <i>Marketing</i> (WOM)	24
4. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> <i>Marketing</i> (WOM)	25
5. Dimensi Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> <i>Marketing</i> (WOM)	26
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	27
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	27
2. Faktor Utama Kepuasan Pelanggan	28
3. Indikator Kepuasan Pelanggan	29
4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	29
5. Dimensi Kepuasan Pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan	40
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	43
3.3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	43

3.3.2 Jenis Penelitian	43
3.3.3 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan	44
3.3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisis	48
3.5.1 Uji Keabsahan Data	48
3.5.2 Alat Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.2 Karakteristik Responden	58
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.3.1 Variabel Harga	64
4.3.2 Variabel Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	73
4.3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan	78
4.4 Uji Keabsahan Data	87
4.5 Uji Asumsi Klasik	90
4.6 Koefisien Determinasi	96
4.7 Pengujian Hipotesis	96
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	99
4.9 Analisis Korelasi	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Analisis Grafik Uji Normalitas	89
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i>	94



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pangsa Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017	2
Grafik 1.2 Tingkat Popularitas Persaingan Kosmetik di Indonesia Tahun 2017	3
Grafik 1.3 Merek Lokal Paling Populer di Indonesia Tahun 2020	4



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Per Unit Produk Kosmetik	5
Tabel 1.2 <i>Review</i> Konsumen selama Menggunakan Produk Wardah	6
Tabel 1.3 Tanggapan Responden mengenai Harga Produk Wardah	8
Tabel 1.4 Tanggapan Responden mengenai Komunikasi WOM Produk Wardah	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Jawaban dan Skor Skala Likert	47
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan Produk Wardah	63
Tabel 4.6 Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 1	64
Tabel 4.7 Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 2	65
Tabel 4.8 Dimensi Keterjangkauan Harga Pernyataan 3	66
Tabel 4.9 Dimensi Daya Saing Harga Pernyataan 1	67
Tabel 4.10 Dimensi Daya Saing Harga Pernyataan 2	68
Tabel 4.11 Dimensi Daya Saing Harga Pernyataan 3	69
Tabel 4.12 Dimensi Kesesuaian Harga dengan Manfaat Pernyataan 1	70
Tabel 4.13 Dimensi Kesesuaian Harga dengan Manfaat Pernyataan 2	71
Tabel 4.14 Dimensi Kesesuaian Harga dengan Manfaat Pernyataan 3	72
Tabel 4.15 Dimensi Volume Pernyataan 1	73

Tabel 4.16 Dimensi Volume Pernyataan 2	74
Tabel 4.17 Dimensi Volume Pernyataan 3	75
Tabel 4.18 Dimensi <i>Dispersion</i> Pernyataan 1	76
Tabel 4.19 Dimensi <i>Dispersion</i> Pernyataan 2	77
Tabel 4.20 Dimensi <i>Dispersion</i> Pernyataan 3	78
Tabel 4.21 Dimensi Kepuasan Keseluruhan Pernyataan 1	79
Tabel 4.22 Dimensi Kepuasan Keseluruhan Pernyataan 2	80
Tabel 4.23 Dimensi Kepuasan Keseluruhan Pernyataan 3	81
Tabel 4.24 Dimensi Konfirmasi Harapan Pernyataan 1	82
Tabel 4.25 Dimensi Konfirmasi Harapan Pernyataan 2.....	83
Tabel 4.26 Dimensi Konfirmasi Harapan Pernyataan 3.....	84
Tabel 4.27 Dimensi Perbandingan dengan Situasi Ideal Pernyataan 1	85
Tabel 4.28 Dimensi Perbandingan dengan Situasi Ideal Pernyataan 2	86
Tabel 4.29 Dimensi Perbandingan dengan Situasi Ideal Pernyataan 3	87
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	88
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	89
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	89
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	90
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinieritas	93
Tabel 4.36 Hasil Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.37 Hasil Koefisien Determinasi	96
Tabel 4.38 Parameter Kuantitatif Uji F	97
Tabel 4.39 Parameter Kuantitatif Uji t	99
Tabel 4.40 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	100
Tabel 4.41 Hasil Uji Korelasi	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Jawaban Responden Variabel Harga

Lampiran 4 Jawaban Responden Variabel Komunikasi *Word of Mouth*

Lampiran 5 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

Lampiran 6 Kuesioner Pra-Survey

Lampiran 7 Jawaban Responden Kuesioner Pra-Survey

Lampiran 8 r_{tabel}

Lampiran 9 F_{tabel}

Lampiran 10 t_{tabel}

Lampiran 11 Lembar Kegiatan Konsultasi

Lampiran 12 Data Diri Penulis

Lampiran 13 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Lampiran 14 Hasil *Output* SPSS