

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH (WOM)*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MEBEL MAKMUR LESTARI**

**Survey pada Pelanggan Toko Mebel Makmur Lestari di Klaten, Jawa
Tengah)**

MUHAMMAD RAFLI REIHAN

NIM. 141190055

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Mebel Makmur Lestari. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki kriteria pernah melakukan pembelian di Mebel Makmur Lestari. Untuk teknik pemilihan sampel menggunakan non probability sampling dengan jenis incidental sampling, diperoleh sampel berjumlah 100 orang responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner, kemudian dari data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Mebel Makmur Lestari, (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Mebel Makmur Lestari. Semua variabel dalam penelitian berpengaruh positif dan signifikan sehingga Mebel Makmur Lestari dapat fokus pada peningkatan kualitas produk, kualitas layanan, dan *word of mouth* dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, *word of mouth*, keputusan pembelian

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* (WOM), DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MEBEL MAKMUR LESTARI**

**(Survei pada Pelanggan Toko Mebel Makmur Lestari di Klaten, Jawa
Tengah)**

MUHAMMAD RAFLI REIHAN

NIM. 141190055

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta*

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, service quality, and word of mouth on purchase decision and its impact on Mebel Makmur Lestari. Data are collected through survey questionnaire that was distributed offline and online. The total samples consist of 100 respondents of which 57 per cent are men and 43 per cent are women. The sampling technique uses a non-probability sampling technique using an accidental sampling, where the sample is selected by obtaining units or people who are most conveniently available. Multiple linear regression are used to test the hypotheses through statistical tools using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Results show that (1) product quality, service quality, and word of mouth have positive and significant effect on consumer's purchase decisions, (2) product quality has a positive and significant partial effect on purchasing decisions, (3) service quality has a positive and significant partial effect on purchasing decisions, and (4) word of mouth has a positive and significant partial effect on purchasing decisions. All variables in the study have positive and significant impacts so that Mebel Makmur Lestari can focus on improving product quality, service quality, and word of mouth in increasing purchasing decisions.

Keywords: *product quality, service quality, word of mouth, purchase decision*