

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN *WORD OF MOUTH*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

ALFARELIO FIRMANSYA P.B

NPM : 19420064

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfarello Firmansya P.B
NPM : 19420064
Alamat : JL. Gundih V/45 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



(Alfarello Firmansya P.B)

NPM : 19420064

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN *WORD OF MOUTH*,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA**

Diajukan oleh:

ALFARELIO FIRMANSYA P.B

NPM : 19420064

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.

Tanggal, 12 Agustus 2026

KETUA PROGRAM STUDI


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 12 Agustus 2026

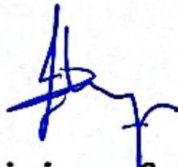
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF
MOUTH, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS
PAHLAWAN SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh:
ALFARELIO FIRMANSYA P.B

NPM 19420060

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Atty Erdiana, SE.M.AK

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini meneliti 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas yaitu kualitas produk, citra merek dan *word of mouth*, variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini berlatar belakang pada produk Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril ataupun material secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati., M.Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Keluarga saya, Mama Kurin'in, Papa Bagus, Adek Cinta, yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan barokah dan tidak ada lelah untuk

memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

9. Kepada diri sendiri yang telah kuat lahir dan batin serta mental untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.
11. Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuanyang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya,
Penulis

(ALFARELIO FIRMANSYA P.B)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	XIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 LANDASAN TEORI	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.2 Citra merek	12
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.3.1 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.5 Penelitian Terdahulu	17
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	25
2.1.6.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.1.6.2 Hubungan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian	25
2.1.6.3 Hubungan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.1.7 Hipotesis dan model analisis	26
2.1.7.1 Hipotesis	26

2.1.7.2	Model Analisis	27
3.1	Pendekatan Penelitian	28
3.2.1	Populasi Peneltian	28
3.2.2	Sampel Penelitian.....	28
3.2.3	Identifikasi Variabel.....	29
3.3	Definisi Operasional.....	30
BAB IV		40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2	Analisis Hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden	41
4.2.2	Karakteristik Jawaban Responden	43
4.3	Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	47
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	47
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	48
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.3.4	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	51
4.3.5	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	52
4.4	Pembahasan.....	57
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.2	Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.4.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V.....		60
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN		60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran.....	60
5.3	Keterbatasan Penelitian	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 3 Definisi Operasional	30
Tabel 4. 1 Identitas Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4. 2 Pendapatan Rata-Rata (Uang Saku)/bulan Responden	42
Tabel 4. 3 Kategori Interval	44
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Citra merek (X2)	45
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Word Of Mouth (X3)	45
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi Berganda	51
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Uji T	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Analisis	27
Gambar 4. 1 Kurva Uji t.....	53
Gambar 4. 2 Kurva Uji t.....	55
Gambar 4. 3 Kurva Uji t.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	66
LAMPIRAN 2 DATA TABULASI	72
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	104
LAMPIRAN 4 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	109

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, (2) menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, (3) menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Pendekatan yang digunakan yakni penelitian kuantitatif yang difokuskan ke pengujian hubungan antar variabel. Teknik pengambilan sampel adalah "*purposive sampling*" dengan jumlah konsumen Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sebanyak 160 orang, merupakan sampel yang diolah dengan penyebaran kuesioner secara online melalui media sosial sebagai pengumpulan data. Data diolah menggunakan IBM Statistic SPSS versi 25, Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa Hipotesis pertama, keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya dapat diterima. Hipotesis kedua, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian Lapis Kukus Surabaya dapat diterima. Hipotesis ketiga, *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya dapat diterima

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, word of mouth, keputusan pembelian, lapis kukus pahlawan surabaya

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the influence of product quality on purchasing decisions for Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, (2) analyze the influence of brand image on purchasing decisions for Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, and (3) analyze the influence of word of mouth on purchasing decisions for Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. The approach used was quantitative research focused on examining the relationships between variables. The sampling technique used was purposive sampling, with 160 Lapis Kukus Pahlawan Surabaya consumers selected. This sample was processed by distributing an online questionnaire through social media for data collection. The data were processed using IBM Statistics SPSS version 25. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of the hypothesis testing using the t-test indicate that the first hypothesis, which states that purchasing decisions significantly influence satisfaction with Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, is accepted. The second hypothesis, which states that brand image significantly influences satisfaction with Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, is accepted. The third hypothesis, which states that word of mouth significantly influences purchasing decisions for Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, is accepted.

Keywords: *product quality, brand image, word of mouth, purchasing decisions,*

Lapis Kukus Pahlawan Surabaya