

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL SECOND PADA SHOWROOM
MOBIL GIAT MOTOR PALEMBANG**

S K R I P S I



Oleh:
AYU WULANDARI
21220008
MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG
2025

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL SECOND PADA SHOWROOM
MOBIL GIAT MOTOR PALEMBANG**

S K R I P S I

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

AYU WULANDARI

21220008

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA**

**PALEMBANG
2025**

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL SECOND SHOWROOM
MOBIL GIAT MOTOR PALEMBANG**

Dipersembahkan dan disusun oleh :

AYU WULANDARI

21220008

MANAJEMEN

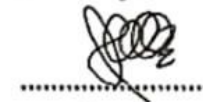
Telah dipertahankan didepan tim penguji
Pada tanggal 22 Mei 2025
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Ketua : Esty Naruliza, S.E., M.P

Anggota : Rahmi Aryanti, S.E., M.E

Anggota : Hermanto, S.Pd, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Esty Naruliza, S.E., M.P



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN
SKRIPSI**

Nama : AYU WULANDARI
NPM : 21220008
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SECOND
PADA SHOWROOM MOBIL GIAT MOTOR DI KOTA
PALEMBANG
Tanggal Persetujuan : 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Ketua,


Esty Naruliza, S.E., M.P

Anggota,


Ralimi Aryanti, S.E., M.E

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Esty Naruliza, S.E., M.P

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Wulandari

TTL : Pulau Burung Riau, 11 Oktober 2001

Program Studi : Manajemen

NPM : 21.22.0008

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Semua data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang tercantum dalam bagian pembahasan dan kesimpulan karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya, merupakan hasil pengamatan, penelitian, analisis dan pemikiran pribadi saya yang dilakukan di bawah bimbingan dosen pembimbing yang telah ditentukan.
2. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil tulisan saya dan belum pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar akademik di Universitas IBA ataupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, termasuk pencabutan gelar yang diperoleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 2025
Ya ... taan,

AYU WULANDARI
21220008

ABSTRAK

PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SECOND PADA SHOWROOM MOBIL GIAT MOTOR PALEMBANG

Oleh :

AYU WULANDARI

Penulisan Skripsi ini dibawah bimbingan

Esty Naruliza, S.E., M.P

Sebagai Ketua

Rahmi Aryanti, S.E.,M.E

Sebagai Anggota

Meningkatnya Penjualan Mobil di Indonesia. Salah satunya adalah Showroom mobil Giat motor Palembang..Word of mouth (X1) merupakan salah satu cara yang di lakukan agar penjualan mobil dapat di kenal banyak kalangan .Dan Harga (X2) merupakan satuan moneter yang dipertukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang ataupun jasa.Jika suatu perusahaan ingin di kenal dalam persaingan penjualan maka perusahaan harus mempertahankan promosi dalam penjualan dan memnberikan harga sesuai kualitas produk yang akan di tawarkan,Keputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dengan melalui tahapan keputusan pembelian .Penelitian ini di buat untuk menganalisis pengaruh word of mouth dan harga terhadap keputusan pembelian secara sumultan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.Dalam Penelitian ini populasinya yaitu konsumen yang pernah membeli mobil di showroom mobil Giat motor Palembang.Metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen showroom mobil Giat motor Palembang.Sampel yang di gunakan sebanyak 88 responden.Pengujian dilakukan melalui tiga atahap yaitu uji validitas dan reliabilitas ,uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kuesioner determintasi (R^2) sebesar 0,489 atau 48,9 % dan sisanya sebesar 51,1% di pengaruhi variabel lain. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa 48,9% Keputusan pembelian dapat di jelaskan oleh variabel word of mouth dan harga.Variabel word of mouth (X1) sebesar 30,0% dan variabel harga (X2) sebesar 36,5 % . Baik secara simultan word of mouth dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maka dapat di simpulkan bahwa secara simultan dan parsial word of mouth dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil second .Dengan ini Hipotesis penelian yang sebelumnya dapat di terima karena terbukti kebenarannya,terdapat pengaruh positif antara word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Pengaruh Word of Mouth,Harga,Keputusan Pembelian

ABSTRAK

The influence of Word Of Mouth and Price on Used Car Purchase Decisions At Giat Motor Palembang Showroom

By :

AYU WULANDARI

Writing this thesis under the guidance of

Esty Naruliza, S.E., M.P

As Chairman

Rahmi Aryanti, S.E., M.E

As a Member

Increasing Car Sales in Indonesia. One of them is the Palembang Giat Motor Car Showroom. Word of mouth (X1) is one of the ways that car sales can be known to many people. And Price (X2) is a monetary unit that is exchanged to obtain the right to own or use a good or service. If a company wants to be known in sales competition, the company must maintain promotions in sales and provide prices according to the quality of the products that will be offered, Purchase Decision (Y) a purchase decision is a decision taken by consumers to purchase a product by going through the purchase decision stage. This study was made to analyze the influence of word of mouth and price on purchasing decisions in general.

This study uses multiple linear regression analysis. In this study, the population is consumers who have bought cars at the Giat Motor Palembang car showroom. The sampling method used is primary data by distributing questionnaires directly to consumers of the Giat Motor Palembang car showroom. The sample used was 88 respondents. Testing was carried out through three stages, namely validity and reliability testing, classical assumption testing and hypothesis testing. The results of this study indicate that the determination questionnaire (R²) is 0.489 or 48.9% and the remaining 51.1% is influenced by other variables. The results of this study indicate that 48.9% of purchasing decisions can be explained by word of mouth and price variables. The word of mouth variable (X1) is 30.0% and the price variable (X2) is 36.5%. Both simultaneously word of mouth and price have a significant effect on purchasing decisions.

So it can be concluded that simultaneously and partially word of mouth and price have a significant influence on the decision to purchase a second-hand car. With this, the previous research hypothesis can be accepted because it has been proven to be true, there is a positive influence between word of mouth and consumer purchasing decisions.

Keywords : Word Of Mouth, Price, and Purchase Decision