

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun orang yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulis karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari saya terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar keserjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 05 Juni 2023



Iekha Shollehah
NIM. 191410117

ABSTRAK

Iekha Shollehah, NIM 191410117, Judul Skripsi: **Pengaruh Strategi Pemasaran *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku (Studi Usaha ESWKA Foundation Cilegon)**

Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Strategi pemasaran *word of mouth* adalah salah satu strategi yang sering digunakan. *Word of Mouth* (WOM) adalah salah satu strategi pemasaran yang melibatkan pelanggan yang aktif berbagi pengalaman, merekomendasikan, dan mempromosikan produk atau jasa kepada orang lain secara sukarela. Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan dari beberapa alternatif dan penyelesaian masalah yang dimiliki konsumen, kemudian konsumen dapat mengevaluasi berbagai pilihan tersebut, dan dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Doku atau dolanan kayu adalah mainan anak yang diproduksi oleh ESWKA Foundation yang bersifat edukatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer atau jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama, serta data sekunder atau data kepustakaan. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebar kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis data Pengaruh Strategi Pemasaran *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Doku (Studi Usaha Eswka Foundation Cilegon) menunjukkan bahwa strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang positif signifikan sebesar $\text{sig } 0,00$ lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Word of Mouth, Keputusan Pembelian*



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jend. Sudirman No. 30 Serang 42118 telp. 0254-2000323 Fax. 0254-200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (Satu) Eksemplar
Perihal : **Pengajuan Munaqosah
a.n Iekha Shollehah
NIM: 191410117**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di-
Serang

Asslamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi saudara **IEKHA SHOLLEHAH, NIM: 191410117** yang berjudul **Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku (Studi Usaha Eswka Foundation Cilegon)** telah dapat disajikan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak, kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Mochamad Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

Serang, 22 Mei 2023

Pembimbing II

Fitri Raya, M.Ek
NIP. 198808102019032010

PERSETUJUAN
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DOKU
(STUDI USAHA ESWKA FOUNDATION CILEGON)

Oleh:

IEKHA SHOLLEHAH
NIM: 191410117

Menyetujui

Pembimbing I



Mochamad Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

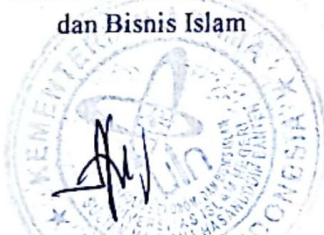
Pembimbing II



Fitri Raya, M.Ek.
NIP. 19880810 201903 2 010

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam



Dr. Nihyatul Maskuroh, M.Si.
NIP. 19640212.199103 2 000

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 00501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Iekha Shollehah NIM 191410117 yang berjudul: *“Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku (Studi ESWKA Foundation Cilegon)”*, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 9 Juni 2023, Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 9 Juni 2023

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Wazin, M.Si.

NIP. 196302251990031005

Anggota-Anggota

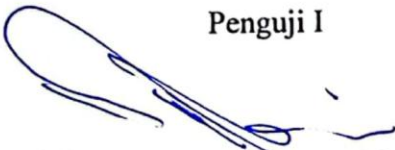
Sekretaris Merangkap Anggota



Rasidah Novitasari, M.E.

NIP. 19881116 202203 2001

Penguji I



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.

NIP. 197203171999031001

Penguji II



Havid Risyanto, M.Sc.

NIP. 198510252015031005

Pembimbing I



Mochamad Indrajit Roy, M.M.

NIP. 198011292015031001

Pembimbing II



Fitri Raya, M.Ek.

NIP. 198808102019032010

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Iekha Shollehah, lahir di Kabupaten Pandeglang anak pertama dari tiga bersaudara, dari orang tua bernama, bapak Endang Karsana dan ibu Ida Rosita.

Pendidikan yang telah ditempuh TK Islam Az-Zahra Ds. Caringin Kec. Labuan Kab. Pandeglang lulus tahun 2005, SDN sukajadi II Kp. Balumbang Ds. Sukajadi Kec. Carita Kab. Pandeglang Provinsi Banten lulus tahun 2011, SMP Negeri I Labuan Ds. Kalanganyar Kec. Labuan Kab. Pandeglang Provinsi Banten lulus tahun 2014, dan MA Daar El-Istiqomah Ds. Sukawana Kec. Serang Kota Serang Provinsi Banten lulus tahun 2018, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia dan mengikuti Bimbingan Karir yang dilaksanakan oleh Jurusan Ekonomi Syariah.

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua, ayahanda Endang Karsana dan ibunda Ida Rosita tercinta yang telah mendidik serta selalu mencurahkan rasa kasih sayang hingga saat ini, pengorbanan keduanya tak sanggup untuk dibalas dengan apapun hanya dengan doa yang dapat dipanjatkan kepada Allah SWT. Wahai Tuhanku, ampunilah aku dan kedua orang tuaku, sayangilah mereka seperti mereka menyayangiku diwaktu kecil, aamiin.

Terima kasih untuk para guru yang sudah mendidik saya.

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu

(Q.S An-Nisa': 4 ayat 29)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam tercurahkan kepada nabi Muhammad Saw, yang merupakan suri tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamadulilla dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Doku (Studi Usaha ESWKA Foundation Cilegon)”***.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memantau penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
2. Ibu Dr. Hj. Nihyatul Maskuroh, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

4. Bapak Mochamad Indrajit Roy, M.M., selaku Pembimbing I dan Ibu Fitri Raya, M.Ek., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Wazin, M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberi arahan dari awal penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM., selaku Penguji I dan Bapak Havid Risyanto, M.Sc., selaku Penguji II.
7. Seluruh Dosen, Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimakasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada saya. Semoga amalmu mendapat keberkahan dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala*.
8. Bapak Nur Cholis selaku direktur eksekutif ESWKA *Foundation* Cilegon yang telah membantu memberi informasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada orang tua tercinta, ayahanda Endang Karsana yang selalu memberikan dukungan serta semangat nya dan ibunda Ida Rosita yang selalu mendoakan serta memberikan nasihat untuk mendukung anaknya dalam menyusun skripsi ini.
10. Kepada nenek Asmah tercinta yang selalu memberikan doa dan memberikan dukungan secara moril dan materil.

11. Liftiana Dwi Ramadhanty dan Dhika Muhammad Haqillah selaku adik yang saya sayangi.
12. Mar'atuz Zulfah, Siti Soleha, Agni Gina Nafsi, Nur Fajriani, Nurul Khoirunnisa, Shaqila Irianti, Audina Putri selaku sahabat yang selalu menemani, membantu dan memberi semangat dalam berproses.
13. Kawan seperjuangan EKIS-C angkatan 2019 yang senantiasa memberi semangat dalam berproses.

Mengingat penulisan masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penuls khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 05 Juni 2023

Penulis,

Iekha Shollehah
NIM 191410117

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Masalah.....	5
F. Manfaat/Signifikansi Penelitian.....	5

H. Sistematika Penulisan	9
BAB II Kajian Pustaka	11
A. STRATEGI PEMASARAN	11
B. <i>WORD OF MOUTH</i> (WOM).....	25
C. KEPUTUSAN PEMBELIAN	40
D. Hubungan Antar Variabel	47
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
F. Hipotesis.....	55
BAB III Metodologi Penelitian	57
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	57
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	57
C. Jenis Penelitian.....	59
D. Instrumen Penelitian	61
E. Definisi Operasional Variabel.....	63
F. Teknik Pengumpulan Data	67
G. Teknik Analisis Data	69
BAB IV Hasil Penelitian	76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	76

B. Hasil Pengolahan Data	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V Kesimpulan	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
Table 3.1 Skor Skala Likert.....	55
Table 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Table 4.1 Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Table 4.2 Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia.....	68
Table 4.3 Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pertama Kali Mengetahui Produk Doku ESWKA <i>Foundation</i> Cilegon.....	69
Table 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran WOM (X).....	70
Table 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Table 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	74
Table 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Table 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78
Table 4.11 Hasil Uji-t.....	80
Table 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 4.1 Proses Pembuatan DOKU	70