

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, WORD OF MOUTH AND  
CUSTOMER SATISFACTION ON PURCHASING DECISIONS FOR TEXAS  
COLLECTION BAGS AT THE TEXAS COLLECTION SHOP IN EAST JAKARTA**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS TEXAS  
COLLECTION DITOKO TEXAS COLLECTION JAKARTA TIMUR**

**Arum Fitri Nuryanti<sup>1</sup>, Suadi Sapta Putra<sup>2</sup>, Kumba Digdowiseiso<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta<sup>1,2,3</sup>

[kumba.digdo@civitas.unas.ac.id](mailto:kumba.digdo@civitas.unas.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the t test on the variables of product quality, word of mouth and customer satisfaction on purchasing decisions for Texas Collection bags at the texas collection shop in East Jakarta. This research data source uses primary data in the form of a questionnaire, this research data was given to 97 respondents who made purchasing decisions for Texas Collection East Jakarta. The data analysis technique used is multiple linear regression and hypothesis testing using t-statistics that have been processed by SPSS 26. The results showed that product quality (X1) has a positive and significant influence on purchasing decisions. This can be seen from the results of the t test where  $t_{ing} (2.814 > 1.984)$  Word of Mouth variable (X2) has a positive and significant influence on purchasing decisions. This can be seen from the t test results where  $t_{ing} (5.377 > 1.984)$ . The Customer Satisfaction variable (X3) has a positive and significant influence on purchasing decisions. This can be seen from the t test results where  $t_{ing} (2.411 > 1.984)$ .*

**Keywords:** Product Quality, Word of Mouth and Customer Satisfaction.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh good corporate governance, ukuran perusahaan, leverage terhadap kualitas laporan keuangan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Sampel penelitian ditentukan dengan metode sampling jenuh, dengan jumlah sampel sebanyak 16 perusahaan BUMN. Sehingga total observasi dalam penelitian ini sebanyak 80 data observasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan metode analisis (pengujian full model) dengan bantuan WarpPLS versi 7.0. hasil penelitian membuktikan hipotesis bahwa good corporate governance, ukuran perusahaan, leverage berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

**Kata Kunci:** Kualitas Laporan Keuangan, Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, Ukuran Perusahaan, Leverage.

**PENDAHULUAN**

Kompetisi di dalam dunia pemasaran merupakan salah satu prasyarat mutlak yang harus dihadapi setiap perusahaan. Guna memenangkan kompetisi yang ada di dunia usaha, suatu perusahaan harus mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan sehingga mendapatkan angka penjualan yang diharapkan. Dalam hal ini, mereka yang menjalankan usaha pada dasarnya dituntut agar mampu menciptakan sebuah produk baik itu berupa barang atau pun jasa yang

mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan berusaha untuk mengikuti perkembangan dan perubahan yang ada. Texas Collection merupakan satu di antara sekian banyak produk yang dapat diklasifikasikan sebagai merek dagang di bidang penjualan tas. Pada tanggal 30 April 2004, Bapak Bakri, seorang anak perantau berdarah Jawa mendirikan sebuah toko yang diberi nama Toko Texas Collection, sudah tujuh belas tahun berdirinya toko tas ini. Toko ini dapat kita kunjungi di Pusat Grosir

Cililitan (PGC). Tempat usaha yang berada di Jakarta Timur ini sesuai dengan namanya mempunyai salah satu produk unggulan sebagai ciri khas yakni Tas Texas Collection. Sejak awal beroperasi, Toko ini mulai menarik banyak konsumen karena produk yang ditawarkan oleh penjual dianggap cukup menarik. Tas

Texas Collection menampilkan produk tas dengan desain yang simple, modern dan berkualitas. Tas Texas Collection mempunyai pesaing yang mana untuk memenangkan kompetisi dengan para pesaingnya tersebut, merek dagang ini memerlukan strategi bisnis khusus sehingga mampu unggul dengan pesaing. Berikut ini akan ditampilkan table penjualan tas Texas Collection dari tahun 2017 sampai tahun 2021.

Dari tahun 2017 sampai 2021 angka penjualan Tas Texas Collection mengalami fluktuatif. Terjadi penurunan pada persentase angka penjualan Tas Texas Collection yaitu sebesar 25% dari tahun 2017-2020 kemudian persentase penurunan terjadi kembali pada tahun 2020 ke 2021 sebesar 18%. Hal ini dapat menggambarkan adanya permasalahan dalam keputusan pembelian pelanggan produk texas collection. Permasalahan pada keputusan pembelian dapat di pengaruhi oleh kualitas produk, word of mouth dan kepuasan pelanggan.

Keputusan pembelian pada dasarnya adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen yang pada akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melalui berbagai pertimbangan berdasarkan faktor tertentu yang memengaruhinya. Perilaku ini dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan memutuskan apakah suatu produk bermanfaat atau tidak bagi dirinya (Balawera, 2013). Perilaku yang

ditunjukkan oleh konsumen ini berakar pada kebutuhan dan kepuasan yang mana menuntut setiap produk yang dibeli harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut, secara teori hal ini disebut sebagai need approval atas suatu produk. Pada dasarnya di pasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan sangat beraneka ragam, di mana hal ini harus mampu diidentifikasi oleh setiap perusahaan agar mampu memimpin peta persaingan yang ada di pasar serupa. Adanya informasi yang komprehensif terkait suatu produk membuat konsumen saat ini lebih berhati-hati dalam mempertimbangkan pembelian yang dilakukan. Informasi inilah yang dapat diberikan oleh perusahaan agar keputusan pembelian konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan. Informasi ini diberikan melalui berbagai interaksi yang terjadi antara perusahaan dan konsumen. 3

Mengacu pada hasil penelitian Martopo (2015) pada dasarnya diketahui bahwa salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan adalah faktor kualitas produk. Faktor kualitas produk saat ini menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Dalam rangka meningkatkan pembelian pada suatu produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, terdapat berbagai macam faktor yang harus diperhatikan salah satunya adalah faktor kualitas produk yang dimiliki perusahaan tersebut. Ketika suatu produk memiliki kualitas yang baik, hal ini akan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen, selain itu produk dengan kualitas baik berpotensi meningkatkan daya saing di pasaran serta retensi produk (pembelian berulang) oleh konsumen sehingga perusahaan memiliki pangsa

pasar yang dominan dibandingkan kompetitornya.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Joesyiana (2018) yang berjudul "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekan". Mengacu pada penelitian tersebut, diketahui bahwa faktor word of mouth menjadi salah satu faktor yang juga memengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan, strategi ini menekankan pada promosi dari mulut ke mulut dengan pendekatan personal yang membagikan kepuasan dan testimoni penggunaan produk secara positif kepada calon pembeli lainnya. Tindakan ini menunjukkan adanya bukti sosial yang kuat di mana komunikasi mulut ke mulut secara personal ini menjamin adanya informasi yang lebih dipercaya oleh konsumen baik itu terkait dengan informasi merek, informasi komersial, dan berbagai informasi lain tentang produk tersebut. Strategi word of mouth saat ini merupakan salah satu strategi yang paling dominan digunakan perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumennya. Strategi ini dinilai lebih efektif untuk menyampaikan informasi produk dibandingkan strategi yang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Foedjiawati (2005), dengan judul "Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan Pembelian di restoran The Time & Ribs Surabaya". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen juga menjadi faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian, dengan 4 prasyarat faktor ini didahului atau diiringi oleh faktor lain yang utamanya adalah faktor kualitas produk.

Untuk menciptakan tingkat kepuasan konsumen yang baik, maka perusahaan harus mampu melihat peluang dan berbagai tren kebutuhan dan keinginan yang ada di pasaran. Persepsi terhadap suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen juga bergantung pada ekspektasi serta realita yang didapatkan oleh perusahaan dalam menawarkan produknya di pasaran.

Toko Texas Collection merupakan toko yang memproduksi tas. toko ini terletak di PGC (Pusat Grosir Cililitan) dan memiliki jumlah 2 toko. Pusat Grosir Cililitan terletak pada daerah strategis dimana menjadi pusat perbelanjaan dengan letak toko yang sangat strategis karena banyak dijumpai oleh pelanggan. Berdasarkan uraian Latar Belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk memahami dan membahas tentang "Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur".

## **METODE PENELITIAN**

Penggunaan objek penelitian berarti menjadikan sebuah fenomena sebagai sasaran penelitian untuk memperoleh data yang relevan agar dapat mengambil kesimpulan. Mengacu pada penjelasan dari Sugiyono (2011) mendefinisikan bahwa, objek penelitian pada dasarnya merupakan aspek ilmiah dalam penelitian yang menjadi sasaran penggalan data menurut manfaat tertentu berdasarkan prinsip objektivitas, reliabilitas, dan validitas. Objek penelitian dalam skripsi ini adalah mengenai Keputusan Pembelian tas Texas Collection di Toko Texas Collection Jakarta Timur yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk,

word of mouth, dan Kepuasan Pelanggan.

Populasi menurut Sugiyono adalah bahwa populasi merupakan area yang menjadi batas-batas generalisasi sebuah objek penelitian yang dibedakan 28 berdasarkan kualitas atau karakteristik objek tertentu yang menjadi dasar pengamatan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah Pelanggan yang membeli tas Texas Collection di Toko Texas Collection. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2958 pelanggan.

Kriteria responden pada penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli tas Texas Collection di toko Texas Collection minimal 1 kali pembelian. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel yang mana berarti penulis hanya melakukan penelitian dari sebagian populasi yang merepresentasikan karakteristik populasi. Sampel sendiri pada dasarnya merupakan sebagian dari jumlah keseluruhan populasi yang mewakili sifat-sifat pada populasi penelitian. Penelitian yang menggunakan sampel sebagai dasar penelitiannya disebut sebagai penelitian sampel karena penarikan kesimpulan berlaku berdasarkan karakter• karakter yang dimiliki oleh sampel, yang kemudian dilakukan generalisasi untuk keseluruhan populasi.

Berikutnya, pendapat dari Sugiyono (2011) mengungkapkan bahwa teknik pengambilan sampel berguna dalam hal penentuan kelompok sampel manakah yang akan menjadi dasar penelitian. Hal ini perlu dilakukan karena pada hakikatnya teknik pengambilan sampel dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis teknik, yakni:

- 1) Nonprobability Teknik sampel menggunakan nonprobability sampling merupakan cara yang dapat dilakukan untuk mengambil sampel dengan mengedepankan probabilitas yang sama pada seluruh anggota populasi agar dapat muncul dan dipilih sebagai sampel penelitian.
- 2) Purposive Sampling Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yang mana ringkasnya penelitian ini menetapkan kriteria tertentu terhadap anggota populasi yang harus dipenuhi agar dapat menjadi sampel penelitian. Secara teori, Sugiyono (2016) berpendapat purposive sampling adalah teknik untuk mengambil sampel dari data dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Penggunaan teknik ini didasarkan pada alasan 29 ketelitian sampel pada suatu populasi agar memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini teknik purposive sampling digunakan untuk menetapkan karakteristik tertentu pada suatu sampel yang akan diambil dalam suatu populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui media Google Formulir. Penyebaran survei pengumpulan data mulai dilakukan pada tanggal 5 Desember 2021 sampai dengan tanggal 20 Desember 2021. Mengacu pada rumus Slovin yang digunakan sebagai dasar pengambilan sampel tersebut, diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 97 responden yaitu pelanggan yang sudah menggunakan tas Texas Collection minimal selama 1 tahun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Intepretasi dari hasil persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- 1) Koefisien Regresi Kualitas Produk (X1) memiliki kontribusi sebesar 0,244. Artinya apabila variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan maka variabel Keputusan Pembelian akan semakin meningkat.
- 2) Koefisien regresi Word of Mouth (X2) memiliki kontribusi sebesar 0,485. Artinya apabila variabel Word of Mouth mengalami kenaikan maka variabel Keputusan Pembelian akan semakin meningkat.
- 3) Koefisien regresi Kepuasan Pelanggan (X3) memiliki kontribusi sebesar 0,185. Artinya apabila variabel Kepuasan Pelanggan mengalami kenaikan maka variabel Keputusan Pembelian akan semakin meningkat.

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat. Pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan nilai signifikan dan t hitung yang diperoleh. Untuk mengetahui apakah secara Kualitas Produk (X), Word of Mouth (X) dan Keputusan Pembelian (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig > \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima, Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil perhitungan maka dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pengujian Hipotesis Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) sebesar 2,814 dengan nilai signifikan sebesar 0,006 maka harus dicari nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,984, karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,814 > 1,984) dengan tingkat signifikan (0,006 < 0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- b) Pengujian Hipotesis Word of Mouth (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Word of Mouth (X<sub>2</sub>) sebesar 5,377 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka harus dicari nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,984, karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (5,377 > 1,984) dengan tingkat signifikan (0,000 < 0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Word of Mouth (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- c) Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan (X<sub>3</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.21 diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Kepuasan Pelanggan (X<sub>3</sub>) sebesar 2,411 dengan nilai signifikan sebesar 0,018 maka harus dicari nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,984,

karena nilai  $t$  ( $2,411 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,018 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji  $t$  variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan  $t$  sebesar 2,814 koefisien regresi sebesar 0,242 dan nilai signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Adapun Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukkan melalui pernyataan Kinerja (performance)" Menurut saya tas texas collection memiliki bahan yang kuat dan busa pelapis tas yang tidak keras sehingga tidak sakit saat dipakai dan nyaman dipundak saat digunakan" dengan nilai sebesar 4,22.

Kualitas produk yang baik akan dipilih oleh masyarakat dari pada kualitas yang buruk. Jadi kualitas produk juga turut menentukan minat penggunaan masyarakat terhadap keputusan pembelian produk. Dengan produk yang baik maka masyarakat akan percaya pada tas

Texas Collection berdasarkan hasil penelitian yang paling menggambarkan kualitas produknya adalah nyaman untuk dipakai dan tidak membuat sakit dipundak. Selain itu produk tas Texas Collection juga memiliki motif yang menarik dengan berbagai macam desain dan harga yang relatif terjangkau sehingga menimbulkan minat penggunaan masyarakat dan berdampak dalam keputusan pembelian oleh masyarakat. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Sigit Indrawijaya (2012) menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Word of Mouth (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji  $t$  variabel Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan  $t$  sebesar 5,377 koefisien regresi sebesar 0,485 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi Word of Mouth yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Adapun Word of Mouth mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukkan melalui pernyataan membicarakan hal positif "Saya sering menyampaikan keunggulan tas Texas Collection kepada orang lain" dengan skor 4,45. Salah satu hal yang menjadi promosi

terkuat dari tas Texas Collection memang membicarakan hal positif yang dibicarakan dari mulut ke mulut.

Word Of Mouth ialah komunikasi yang menghasilkan percakapan yang baik. Seseorang akan bertanya kepada orang lain mengenai kualitas suatu barang atau jasa sebelum mereka memutuskan untuk membeli atau mengkonsumsinya. Oleh karena itu Word Of Mouth dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dalam memutuskan. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Nadhifa Citra Tsani Soraya, Novi Marlina (2020) menghasilkan kesimpulan bahwa word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan maka didapatkan hasil bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dari pengujian uji t variabel Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan ting sebesar 2,411 koefisien regresi sebesar 0,185 dan nilai probabilitas sebesar 0,018 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi Kepuasan Pelanggan yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur. Adapun Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian terutama ditunjukkan melalui pernyataan perasaan puas "Saya merasa puas terhadap produk

tas yang dihasilkan oleh tas Texas Collection" dengan skor 3,97. Tas Texas Collection sudah mampu menciptakan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk yang berkualitas baik dengan bahan yang kuat, tali yang tidak putus, resleting yang tidak mudah rusak.

Kepuasan pelanggan berperan penting dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian. Persaingan yang semakin ketat, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Jika terjadi tingginya keluhan pelanggan hal ini menunjukkan betapa tidak berkualitasnya pelayanan yang diberikan yang menciptakan kekecewaan pelanggan yang tidak sanggup dalam memberikan pelayanan dan ketidaksesuaian pesanan. Hal ini berdampak pada keputusan pembelian yang mengalami penurunan yang terbukti dari banyaknya pelanggan yang lebih memilih membeli pada toko tas lainnya yang sejenis yang lebih memuaskan.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Richness Kharisma & Hariyanti (2020) menghasilkan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Bedasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur, Hal ini mempunyai arti jika Kualitas Produk meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
2. Word Of Mouth berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur, Hal ini mempunyai arti jika Word Of Mouth meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Di Toko Texas Collection Jakarta Timur, Hal ini mempunyai arti jika Kepuasan Pelanggan meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian.
2. Word Of Mouth tas Texas Collection sudah baik dapat dilihat dari kemampuannya dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, perusahaan harus lebih mengupayakan untuk mengajak pelanggan membeli tas Texas Collection sehingga diharapkan dapat lebih berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.
3. Kepuasan pelanggan mampu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tas Texas Collection. Artinya bahwa, semakin baik penerapan apa hal yang konsumen inginkan maka akan semakin kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan.
4. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel bebas lainnya sehingga menambah penelitian

### **Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk Toko Texas Collection Jakarta Timur dan peneliti selanjutnya untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan Keputusan Pembelian, diantaranya sebagai berikut :

1. Kualitas produk tas Texas Collection sudah baik karena mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, namun Perusahaan harus lebih fokus kepada peningkatan daya tahan produk tas Texas Collection sehingga 64 diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan keputusan pembelian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali Muhammad Farid, M. Hufron, & Budi Wahono. (2017). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E• Jurnal Riset Manajemen*, 53(9), 129-143.
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, P. S., & Siburian, S. Z. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Andy, S. (2017). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* (Revised Edition). New York: Kaplan Publishing.
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Babin, B. (2015). *Modelling*

- Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea. *The Journal Of Service Marketing*, 19(3), 133-139.
- Balawera, Asrianto. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4).
- Basu, S., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dinawan. (2010). *Kualitas Produk: Alat Strategi Yang Penting*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Erlitna, K. G., & Soesanto, H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Positive Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 485-509.
- Foedjiawati, H. S. (2005). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate (Badan Pene)*. Semarang.
- Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia (Edisi 2)*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 66
- Husein, U. (2011 ). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indrawijaya, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil Di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 1(3), 193-208.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1).
- Kharisma, R., & Hariyanti. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Communication: Studi Pada Produk Sepatu Vans Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 134-143.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, A. (1995). *Srategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba (Edisi Keti)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles ofMarketing*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, & Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 12th)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., Keller, & Kevin, L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martopo, A..(2015). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jamu Tolak

- Angin PT Sida Muncul. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Natanael, A., Santoso, T., & Siwalankerto, J. (2021). Pembelian Pada Bisnis Makanan Online Bosse Ayam Panggang Khas Solo. 9(1).
- Priyastama, R. (2017). Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan data dan Analisis data. Yogyakarta: Start Up.
- Resseffendi. (2010). Metode Penelitian. *NASPA Journal*, 33, 26-36.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Salman Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E• Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872-2894. 67
- Soraya, N. C. T., & Novi Marlina. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Boedjangan Di Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3).
- Sugiyono. (2011). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sumami, M., & Soeprihanto, J. (2010). Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Yogyakarta: Liberty.
- Sumardi, M., & Merlina. (2011). The Power Word Of Mouth. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumirat, M. Y. (2015). Analisis Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Islam Bandung.
- Supriyanto, A. (2022) 'Komitmen Organisasi: Ditinjau dari Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Yang Dimoderasi Leader-Member Exchange', *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Keuangan*, 11(1).
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69–82.
- Supriyanto, A. et al. (2022) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.
- Tengor, G., Kawet, L., & Loindong, S. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezarmanado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 367-375.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua (Edisi 2). Jakarta: Rajawali Pers.
- Utomo, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Alfamart Mojolaban Sukoharjo. *Jurnal Penelitian*, 15(2)