

**PENGARUH HARGA DAN STRATEGI WOM
(WORD OF MOUTH) MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL*
PRINTING BOJONEGORO**

SKRIPSI



**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh :
MOCH. RISKHA RAMADHANA
NIM. 21210024**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
2024/2025**

**PENGARUH HARGA DAN STRATEGI WOM
(WORD OF MOUTH) MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL*
PRINTING BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan kepada
IKIP PGRI BOJONEGORO
Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:
MOCH. RISKHA RAMADHANA
NIM: 21210024

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal Skripsi dengan judul **PENGARUH HARGA DAN STRATEGI *WOM* (*WORD OF MOUTH*) MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL PRINTING* BOJONEGORO** Disusun oleh :

NAMA : MOCH. RISKA RAMADHANA

NIM : 21210024

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap siding skripsi

Bojonegoro, 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing I



Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd.
NIDN. 0727128902

Dosen Pembimbing II



Ali Noeruddin., S.Si M.Pd.
NIDN. 0703027002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul PENGARUH HARGA DAN STRATEGI *WOM* (*WORD OF MOUTH*) *MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL PRINTING* BOJONEGORO disusun oleh :

Nama : MOCH. RISKHA RAMADHANA

NIM : 21210024

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada program studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari Selasa tanggal 22 juli 2025

Bojonegoro, 28 Juli 2025

Ketua,



Dr. Ernia Duwi Saputri, S.Pd., M.H.
NIDN. 0707019001

Sekretaris,



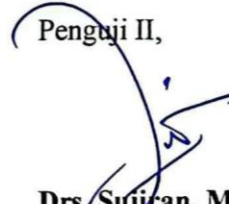
Nur Rohman, M.Pd.
NIDN. 0713078301

Penguji I,



Dr. Fruri Stevani, M.Pd.
NIDN. 0723048902

Penguji II,



Drs. Sujiran, M.Pd.
NIDN. 0002106302

Rektor,

Dr. Dra. Junarti, M.Pd.
NIP. 196501141991032002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan Takut Salah, Karena Dengan Kesalahan Yang Pertama Kita Dapat Menambah Pengetahuan Untuk Mencari Jalan Yang Benar Pada Langkah Yang Kedua”

(Buya Hamka)

“Tidak Ada Hal Yang Sia-sia Dalam Belajar, Karena Ilmu Akan Bermanfaat Pada Waktunya”

PERSEMBAHAN

Laporan skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua orang tua saya, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tepat waktu bukanlah kejahatan, bukan juga sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moch. Riska Ramadhana
NIM : 21210024
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : FPIPS

Demi menjunjung tinggi integritas akademik, dengan tulus tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA DAN STRATEGI
WOM (*WORD OF MOUTH*) MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL PRINTING*
BOJONEGORO**

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan semua sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, **saya secara pribadi** bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, Juli 2025



MOCH RISKI RAMADHANA
NIM. 21210024

ABSTRAK

Ramadhana, Moch. Riska. 2025. Pengaruh Harga Dan Strategi WOM (*Word Of Mouth*) Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko FM *Digital Printing* Bojonegoro. Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro, Dosen Pembimbing (I) Dr. Taufiq Hidayat M.Pd. (II) Ali Noeruddin, S.Si M.Pd.

Kata Kunci: Harga, *Word of Mouth* (WOM), Keputusan Pembelian, *Digital Printing*

Dalam era digital saat ini, persaingan usaha di bidang percetakan semakin ketat, termasuk di Bojonegoro. FM *Digital Printing* sebagai salah satu pelaku usaha di bidang digital printing harus mampu merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan loyalitas konsumennya. Harga dan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*Word of Mouth/WOM*) menjadi dua faktor penting yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga dan *WOM marketing* terhadap keputusan pembelian di FM *Digital Printing* Bojonegoro. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian? (2) Seberapa besar pengaruh strategi *WOM marketing* terhadap keputusan pembelian? (3) Seberapa besar pengaruh harga dan strategi *WOM marketing* secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di FM *Digital Printing*? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 67 responden konsumen FM *Digital Printing*. Data dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *WOM marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, harga dan *WOM marketing* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di FM *Digital Printing* Bojonegoro. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun harga bukan faktor dominan, strategi *WOM marketing* terbukti efektif memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, manajemen FM *Digital Printing* disarankan untuk fokus memperkuat strategi *WOM* dengan memberikan pelayanan yang memuaskan agar konsumen terdorong untuk merekomendasikan jasa percetakan kepada orang lain.

ABSTRACT

Ramadhana, Moch. Riska. 2025. *The Influence of Price and WOM (Word Of Mouth) Marketing Strategy on Purchasing Decisions at FM Digital Printing Store, Bojonegoro*. Thesis, Economic Education Study Program, Faculty of Social Science Education, IKIP PGRI Bojonegoro, Supervisor (I) Dr. Taufiq Hidayat M.Pd. (II) Ali Noeruddin,, S.Si M.Pd.

Keywords: Price, Word Of Mouth (WOM), Purchasing Decisions, Digital Printing

In the current digital era, business competition in the printing sector is becoming increasingly intense, including in Bojonegoro. FM Digital Printing, as one of the players in the digital printing business, must be able to formulate the right marketing strategies to maintain customer loyalty. Price and word-of-mouth (WOM) marketing strategies are two important factors suspected to influence consumers' purchasing decisions. This study was conducted to analyze the extent to which price and WOM marketing influence purchasing decisions at FM Digital Printing Bojonegoro. The research questions are: (1) How significant is the influence of price on purchasing decisions? (2) How significant is the influence of WOM marketing strategies on purchasing decisions? (3) How significant is the influence of price and WOM marketing strategies simultaneously on consumers' purchasing decisions at FM Digital Printing? The method used in this study is a quantitative approach with a survey research type. Data were collected through questionnaires distributed to 67 FM Digital Printing consumers. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing both partially (t-test) and simultaneously (F-test). The results show that the price variable does not have a significant effect on purchasing decisions, whereas the WOM marketing variable has a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions. Simultaneously, price and WOM marketing together have a significant influence on purchasing decisions at FM Digital Printing Bojonegoro. Based on these results, it can be concluded that although price is not the dominant factor, the WOM marketing strategy has proven effective in influencing purchasing decisions. Therefore, the management of FM Digital Printing is advised to focus on strengthening WOM strategies by providing satisfying services so that consumers are encouraged to recommend the printing services to others.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atsa rahmad dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA DAN STRATEGI WOM (*WORD OF MOUTH*) *MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FM *DIGITAL PRINTING* BOJONEGORO”. Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Pendidikan Ekonomi, fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh harga dan strategi *Word Of Mouth marketing (WOM)* terhadap keputusan pembelian jasa digital printing di toko FM *DIGITAL PRINTING* BOJONEGORO.

1. Dr. Dra. Junarti, M.Pd., selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro.
2. Bapak Dr. Taufuq Hidayat, M.Pd selaku dosen Pembimbing 1 yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Ali Noeruddin., M.Pd. selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Nur Rohman, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama proses penelitian.
5. Bapak Faiz Riska Mubarak selaku pemimpin usaha FM *DIGITAL PRINTING* Bojonegoro yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian.

6. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan bantuan.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan Proposal ini.

Bojonegoro, Juli 2025

Penulis

Moch. Riska Ramadhana
NIM : 21210024

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Kajian Teoritis.....	10
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB II METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu penelitian.....	23
C. Populasi, Sample, Dan Sampling	24
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Teknik Analisis Data	28
F. Teknik Validasi Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan penelitian	38
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian relevan	8
3.1 Waktu penelitian	24
3.2 Jumlah responden	25
3.3 Skala likert 1-5.....	27
4.1 Hasil uji normalitas	42
4.2 Hasil uji heteroskedasitas	43
4.3 Hasil uji multikolineritas	43
4.4 Hasil uji analisis linear berganda	45
4.5 Hasil uji t parsial	46
4.6 Hasil uji f simultan	47

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar kerangka berpikir.....	21
4.1 Gambar uji reliabilitas kuesioner.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen	54
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 3 Lembar Validasi.....	58
Lampiran 4 Hasil Skor Kuesioner	67
Lampiran 5 Hasil Uji Penelitian	73
Lampiran 6 Tabel Distribusi F	76
Lampiran 7 Tabel Distribusi T	77
Lampiran 8 Surat Ijin Pencarian Data	78
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital ini perkembangan usaha bisnis dan teknologi pada saat ini semakin pesat dan berkembang. Hal ini ditandai dengan adanya tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Maka dari itu sebuah perusahaan haruslah menjalankan fungsi manajemen secara efektif supaya dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Karena, dengan menjalankan manajemen dengan baik, perusahaan akan memiliki arah untuk jangka Panjang untuk kemudahan mencapai tujuan serta dapat menarik minat konsumen dalam pembelian barang atau jasa yang ditawarkan.

Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat adalah industri digital printing. Layanan digital printing kini tidak hanya terbatas pada pencetakan dokumen, tetapi juga mencakup berbagai produk kreatif seperti spanduk, stiker, kartu nama, undangan, hingga media promosi lainnya. Keberadaan usaha digital printing menjadi sangat penting, terutama bagi pelaku usaha kecil menengah, institusi pendidikan, dan perorangan yang membutuhkan layanan percetakan cepat dan berkualitas. Di kota-kota berkembang seperti Bojonegoro, permintaan terhadap jasa digital printing semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatnya kebutuhan promosi dari berbagai sektor.

Dalam memilih jasa digital printing, konsumen mempertimbangkan berbagai aspek, salah satunya adalah harga. Harga menjadi indikator penting yang sering kali menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan

pembelian. Konsumen cenderung mencari layanan dengan harga yang kompetitif dan sesuai dengan anggaran yang dimiliki, namun tetap memperhatikan kualitas hasil cetak yang ditawarkan. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting bagi pelaku usaha. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen berpaling ke kompetitor, sementara harga yang terlalu rendah dapat menurunkan persepsi terhadap kualitas layanan atau bahkan merugikan usaha dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap persepsi konsumen mengenai harga sangat penting untuk merancang strategi penetapan harga yang efektif dan berkelanjutan.

Untuk bertahan dalam persaingan antar perusahaan, maka sebuah perusahaan harus memahami perilaku konsumen dan menerapkan strategi yang efektif agar konsumen bersedia melakukan pembelian ulang di toko mereka sehingga, siklus perputaran barang dapat ditingkatkan dan dapat memperoleh keuntungan yang signifikan. Selain itu, konsumen pada zaman sekarang lebih selektif sebelum melakukan kegiatan pembelian.

Mencetak merupakan sebuah proses dimana suatu gambar dapat di pindah ke tempat atau media tertentu dengan menggunakan mesin cetak. Percetakan biasanya memproduksi sebuah barang seperti, majalah, stiker, kalender, baner, dan lain sebagainya. Perkembangan sistem dan teknologi informasi saat ini sangatlah pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya penggunaan mesin yang sering kita temui dan lambat laun tenaga manusia bisa tergantikan tetapi, di sisi lain peranan manusia juga masih dibutuhkan dalam pengoprasian mesin. Pada saat ini banyak perusahaan percetakan yang mulai banyak menggunakan sistem dan teknologi informasi sebagai alat untuk mendukung atau mempermudah perusahaan

percetakan dalam mencapai keberhasilan serta sebagai modal bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada. Selain teknologi informasi yang mendukung harga juga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, karena pada saat pembelian pertama konsumen tersebut biasanya akan menanyakan harga terlebih dahulu dan setelah itu baru akan melakukan pembelian.

FM *DIGITAL PRINTING* merupakan sebuah toko percetakan yang terletak di jalan Pemuda timur No. 183, Ngrowo, Bojonegoro. Toko ini bergerak dibidang percetakan yang melayani berbagai pesanan cetak, mulai dari stiker, kalender, baner, brosur, print dan lain-lain. Namun pada era digitalisasi saat ini cukup banyak perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan persaingan bisnis percetakan semakin ketat. Oleh sebab itu para pengusaha akan selalu berfikir untuk bagaimana strategi yang tepat supaya konsumen tidak bimbang dalam menentukan keputusan pembelian. Harga yang kompetitif dapat menjadikan konsumen untuk memilih barang atau jasa yang ditawarkan.

Fenomena ini juga terjadi di FM *Digital Printing* Bojonegoro, di mana pertumbuhan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh strategi harga, tetapi juga oleh seberapa besar konsumen merasa puas dan bersedia merekomendasikan layanan percetakan tersebut kepada orang lain. Meski demikian, belum diketahui secara pasti mana di antara kedua faktor tersebut yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Apakah harga menjadi daya tarik utama, atau justru kekuatan *WOM marketing* yang mendorong pelanggan datang dan melakukan pembelian

Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya persaingan yang semakin ketat di industri digital printing di Bojonegoro, yang menuntut

pelaku usaha seperti FM Digital Printing untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di tengah persaingan tersebut, strategi penetapan harga dan penyebaran informasi melalui Word of Mouth (WOM) menjadi dua pendekatan yang sering digunakan dalam menarik minat konsumen. Namun, masih belum diketahui secara pasti sejauh mana kedua faktor tersebut benar-benar memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memberikan bukti empiris serta menjadi acuan bagi FM Digital Printing dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan

Berdasarkan fenomena tersebut, penting dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan WOM Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi FM Digital Printing dalam mengelola harga dan memperkuat strategi WOM sebagai sarana promosi yang efektif.

B. Rumusan Masalah

Dari judul penelitian ini dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko FM *DIGITAL PRINTING* Bojonegoro ?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi *Word Of Mouth (WOM) Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen di toko FM *DIGITAL PRINTING* Bojonegoro ?
3. Apakah harga dan strategi *Word Of Mouth (WOM) Marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *FM DIGITAL PRINTING* Bojonegoro?

C. Tujuan penelitian

Terkait rumusan masalah di atas, penelitian dilakukan untuk :

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen FM *DIGITAL PRINTING*.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan strategi (*WOM*) *Word Of Mounth Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen FM *DIGITAL PRINTING*.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan strategi (*WOM*) *Word Of Mounth Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen FM *DIGITAL PRINTING*.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini sangat penting karena dapat memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori *Word Of Mouth Marketing*, khususnya dalam konteks bisnis seperti toko *digital*

printing. Hasil penelitian dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi *Word Of Mouth Marketing* dan bagaimana strategi ini berinteraksi dengan faktor harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat praktis

Dari penelitian tentang pengaruh harga dan strategi *Word Of Mouth Marketing* di *FM Digital Printing* terhadap keputusan pembelian konsumen, terdapat manfaat untuk membantu pemilik usaha *FM Digital Printing* dalam memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan. Selain itu juga terdapat beberapa manfaat , antara lain:

a. Manfaat bagi pelaku usaha

Jika pemanfaatan strategi tersebut dilakukan dengan tepat maka dapat meningkatkan efisiensi biaya pemasaran. Selain itu pengelolaan harga yang sesuai dapat membantu keputusan pembelian oleh konsumen.

b. Manfaat bagi akademisi atau peneliti

Dapat menambah wawasan mengenai pemasaran dan perilaku konsumen serta, peneliti juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan model pemasaran.

c. Manfaat bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian berupa barang ataupun jasa pada toko FM *Digital Printing* sesuai dengan kebutuhan mereka.

E. Definisi Operasional

1. Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang ingin dibeli.

2. *Word Of Mounth (WOM) Marketing*

WOM Marketing merupakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut dimana konsumen menceritakan pengalaman maupun rekomendasi mereka terhadap suatu produk.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pertimbangan atau pemikiran seseorang untuk mengambil keputusan pembelian produk atau jasa.

4. *FM Digital Printing*

FM *DIGITAL PRINTING* merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang percetakan mulai dari baner, stiker, *fotocopy*, print, dll.