

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
WARUNK GACOAN MADIUN**



OLEH :
AGNES LUSIANA
51416002

**PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020**

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WARUNG
GACOAN MADIUN

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
AGNES LUSIANA
51416002

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
WARUNK GACOAN MADIUN**

Oleh :
AGNES LUSIANA
51416002

Telah Disetujui dan Diuji oleh Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN.0713126601

Tanggal: 4 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Agnes Lusiana NIM 51416002

Telah diuji pada tanggal 4 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Vivi Ariyani, S.E.,M.Sc
NIDN: 0717128001

Mengetahui

Dekan,

Dr. Edovicus Lasdi, MM.,AK.,CA.,CPA
NIDN: 0713097203

Ketua Progam Studi,

Vivi Ariyani, S.E.,M.Sc
NIDN: 0717128001

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agnes Lusiana

NIM : 51416002

Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Warunk Gacoan Madiun

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 4 Desember 2020

Yang menyatakan



Agnes Lusiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Mahaesa karena berkat limpahan rahmat dan kurnia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh *Word Of Mouth* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Warunk Gacoan Madiun**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus KotaMadiun

Penelitian ini terselesaikan dengan baik tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah memberkati segala doa dan usaha saya dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada peneliti selama menyusun skripsi.
3. Ibu Vivi Ariyani, S.E.,M.Sc selaku ketua jurusan manajemen yang telah berkenan memberikan ilmu, waktu, tenaga, pikiran, dan mengarahkan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Kepada Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
6. Warunk Gacoan Madiun yang memberikan ijin untuk penyebaran kuesioner pada responden.
7. Konsumen Warunk Gacoan Madiun yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.

8. Kedua orang tua saya yang telah membiayai selama menempuh pendidikan, selalu mendoakan dan memberi semangat untuk kelancaran studiku.
9. Saudaraku Yeni Vertika, Prisilia Goreti dan Christine Vanita Silvana yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk lebih semangat lagi.
10. Seluruh keluarga besar peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
11. Temanku terkasih Erfan Prakoso, Magdalena Yuni Kartika, Ester, dan Yustina Bucang yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teman seperjuangan Bernadeta Ningsih, Krisfina Clara, Elia Rizky Pratama Putra, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
13. Seluruh teman-teman seangkatan, teman-teman KKN serta teman kelas Manajemen A angkatan 2016 dan yang telah mengisi hari-hari selama perkuliahan.
14. Semua pihak yang telah ikut ambil bagian sehingga skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berguna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Madiun, 4 Desember 2020

Agnes Lusiana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	6
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	9
2.1.4 Keputusan Pembelian	11
2.2 Hubungan Antar Variabel	14
2.2.1 Hubungan <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian.....	14
2.2.2 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	15
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Hipotesis	17
2.5 Model Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	18
3.2.1 Identifikasi Variabel	18
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	18
3.2.3 Pengukuran Variabel	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	20

3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.6 Teknik Analisis Data	22
3.6.1 Uji Kualitas Data	22
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	22
3.6.3 Regresi Linier Berganda	23
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	24
3.6.5 Uji parsial/uji t	24
 BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	 26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.2 Deskripsi Data	26
4.2.1 Deskripsi Responden	26
4.2.2 Deskripsi Variabel	28
4.3 Hasil Analisis Data	32
4.3.1 Uji Kualitas Data	32
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	33
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	36
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
4.3.5 Uji Parsial/uji t.....	37
4.4 Pembahasan	39
 BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	 42
5.1 Simpulan	42
5.2 Keterbatasan	42
5.3 Saran	43
5.3.1 Saran Akademis.....	43
5.3.2 Saran Praktis.....	43

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	27
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal	27
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.5 Rentang Skala	29
Tabel 4.6 Tanggapan Responden <i>Word Of Mouth</i>	29
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Lokasi	30
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	31
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas	34
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pembelian Model Lima Tahap.....	13
Gambar 2.2 Model Penelitian	17
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	35
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan (X1-Y)	38
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan (X2-Y)	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner

Lampiran 1.2 Pendistribusian Kuesioner

Lampiran 1.3 Data Karakteristik Responden dan Data Variabel

Lampiran 1.4 Statistik Deskriptif, Uji kualitas Data

Lampiran 1.5 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 1.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 1.7 t tabel dan r tabel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warunk Gacoan Madiun. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Warunk Gacoan Madiun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* dan lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Warunk Gacoan Madiun. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,739 artinya 73,9% pada variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel *word of mouth* dan lokasi, sedangkan 26,1% dapat disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam persamaan model ini. Dalam penelitian ini variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah *word of mouth*, maka Warunk Gacoan Madiun harus mempertahankan dan meningkatkan faktor tersebut karena dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Lokasi dan Keputusan Pembelian Konsumen

THE EFFECT OF WORD OF MOUTH AND LOCATION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON WARUNK GACOAN MADIUN

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of word of mouth and location on consumer purchasing decisions at Warunk Gacoan Madiun. The population in this study are consumers who make purchases at Warunk Gacoan Madiun. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that word of mouth and location had a significant positive effect on consumer purchasing decisions at Warunk Gacoan Madiun. The coefficient of determination (R^2) of 0.739 means 73.9% of the purchasing decision variable can be explained by the word of mouth and location variables, while 26.1% can be caused by other variables that are not included in the equation of this model. In this study, the dominant variable that affects purchasing decisions is word of mouth, so Warunk Gacoan Madiun must maintain and improve these factors because it can increase purchasing decisions.

Keywords: *Word Of Mouth, Location and Consumer Purchase Decisions*