

**PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), BRAND IMAGE, PROMOSI
PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI
KONSUMEN DI LY CAFE & RESTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :

SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR

2101500372

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2025**

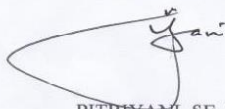
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR
NPM : 2101500372
PRODI : SI MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) BRAND
IMAGE, PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI LY CAFE & RESTO.

RANTAUPRAPAT, 2025

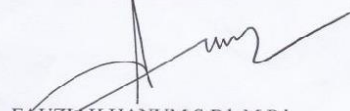
DISETUJUI:

PEMBIMBING I



PITRIYANI, SE., M.M
NIDN. 0107098902

PEMBIMBING II



FAUZI'AH HANUM, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0127107803

MENYETUJUI:

Dekan



PRISTYONO, SE., M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



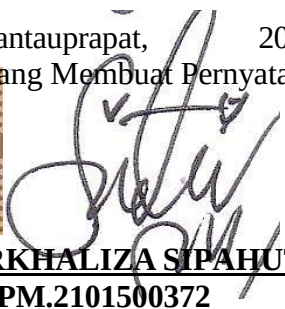
PUTRIAN AZEBUA, SE., MM
NIDN. 011706720

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR
NPM 2101500372
PRODI : S1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) BRAND
IMAGE,PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI LY CAFE & RESTO

Dengan ini peneliti menyampaikan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis peneliti sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah peneliti cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya peneliti atau plagiat, peneliti bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 2025
Yang Membuat Pernyataan


SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR
NPM.2101500372

ABSTRAK

SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR

NPM: 21.015.00.372

PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), BRAND IMAGE, PROMOSI PENJUALAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI LY CAFE&RESTO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Word of Mouth (WOM), Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ly Cafe&Resto Kab. Labuhanbatu Utara. Sampel dalam penelitian ini 75 responden dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Word of Mouth (WOM), Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga berpengaruh secara parsial dan simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ly Cafe&Resto Kab. Labuhanbatu Utara.

Dari hasil pengolahan data pada uji t (parsial) dengan perbandingan nilai t_{hitung} untuk variabel Word of Mouth (2.171) dengan nilai signifikan sebesar 0.032, Brand Image (2.669), dengan nilai signifikan 0.009, Kecerdasan Emosional sebesar (3.076) dengan nilai signifikan 0.003, Promosi Penjualan (2.691), dengan nilai signifikan 0.008, dan Harga (6.005), dengan nilai signifikan (0.000), sedangkan nilai t_{tabel} dicari pada tabel t dengan dengan level of test $\alpha = 5\%$ dan $df (n-k-1) = (75-4-1) = 70$ sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.994. Maka dengan demikian hipotesis diterima.

Dari hasil pengolahan data pada uji f (simultan) dengan perbandingan nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} yang ada pada tabel f dengan perolehan nilai melalui rumus, pada uji f (simultan) dengan perbandingan nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} yang ada pada tabel f dengan perolehan nilai melalui rumus, Df diperoleh dengan hitungan $(k-1) = (5-1) = 4$ sedangkan Df_2 diperoleh perhitungan $(n-k) = (75-5) = 70$ dengan $\alpha = 5\%$ jadi nilai $F_{tabel} = 2.50$ nilai $f_{hitung} > f_{tabel} = 51.713 > 2.50$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dengan demikian secara simultan Word of Mouth, Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Ly Cafe&Resto. Dengan demikian hipotesis diterima.

Kata Kunci : *Word of Mouth, Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga, Keputusan pembeli.*

KATA PENGANTAR

Dengan rasa penuh syukur, peneliti ingin mengucapkan puji, rasa syukur dan terima kasih kepada Khadirat Allah SWT. yang telah memberikan banyak kenikmatan yaitu berupa kesempatan, kesehatan, serta keselamatan sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan upaya peneliti untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Labuhanbatu, dan menjadi langkah penting dalam perjalanan akademik peneliti. Adapun judul skripsi peneliti adalah. “Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga terhadap keputusan pembeli konsumen di Ly Cafe&Resto”.

Peneliti sangat bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini dengan cepat. Meskipun demikian, peneliti merasa bahwa karya ini belum memenuhi harapan dan memiliki banyak kekurangan dalam berbagai aspek, termasuk penyampaian ide, bahasa, penataan, dan penyusunan. Dalam upaya meningkatkan mutu karya ini, dengan rendah hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca yang dapat memberikan motivasi untuk perbaikan dan penyempurnaan yang lebih lanjut pada skripsi ini. Segala masukan baik itu berupa kritik atau saran akan sangat dihargai dan dapat mendorong peneliti untuk meningkatkan lagi kualitas- kualitas tulisan peneliti.

Berbagai pihak telah membantu proses penyusunan skripsi ini, memberikan motivasi, dukungan, dan kontribusi yang signifikan dalam menyampaikan ide dan pengetahuan yang diberikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua orang yang telah membantu dalam menulis ini, di antaranya:

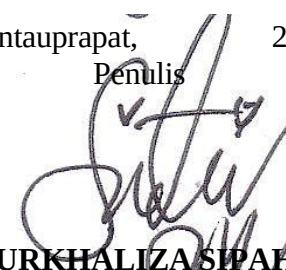
1. Bapak Assoc. Prof Ade Parlaungan Nasution, SE. M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono.SE,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Labuhanbatu.

3. Bapak Abdul Halim, SE.M.Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Pitriyani, SE., M.M, Selaku pembimbing I yang berkontribusi besar dalam membimbing selama penyusunan penelitian skripsi ini.
5. Ibu Fauziah Hanum, S.Pd., M.Pd, Selaku pembimbing II yang berkontribusi besar dalam membimbing selama penyusunan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Labuhanbatu, terutama Bapak/Ibu Dosen Kampus II ULB Damuli yang telah memberikan bantuan baik berupa saran, dukungan, dan bantuan selama proses penelitian ini.
7. Kepada Orang Tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan yang konsisten dan motivasi yang tidak hanya bersifat moral, tetapi juga material selama proses perjalanan penelitian skripsi ini. Kontribusi serta bantuan dari mereka telah menjadi pendorong penting dalam pencapaian penyelesaian tugas akademik ini.
8. Teman-teman Mahasiswa Kampus II ULB Damuli, yang membagikan pengalaman serta dukungan agar peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.

Untuk penutup, harapan peneliti adalah bahwa skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca dan rekan-rekan sejawat, dan semoga dapat menjadi sumber referensi yang berguna dan bermanfaat, dan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca tentang ilmu pengetahuan, khususnya seputar ilmu manajemen. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang Anda berikan untuk membaca karya akademis dari penelitian ini.

Rantauprapat, 2025

Penulis



SITI NURKHALIZA SIPAHUTAR

NPM.21.015.00.372

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	3
1. Batasan Masalah.....	3
2. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Uraian Teori	7
1. Word of Mouth.....	7
2. Brand Image	8
3. Promosi Penjualan	11
4. Harga	13
5. Keputusan pembelian	16
C. Kerangka Konseptual	20
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
1. Lokasi Penelitian	22
2. Waktu Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
1. Populasi	23
2. Sampel.....	23
C. Definisi Operasional Variabel	23
D. Jenis dan Sumber Data	25
1. Jenis Data	25

2. Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Uji Instrumen Penelitian.....	27
1. Uji Validitas	27
2. Uji Reliabilitas.....	27
G. Metode Analisis Data	28
1. Analisis Deskriptif.....	28
2. Uji Asumsi Klasik	29
a. Uji Normalitas	29
b. Uji Heteroskedastisitas	29
c. Uji Multikolinearitas.....	29
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
4. Uji Hipotesis.....	31
a. Uji T.....	31
b. Uji F.....	31
c. Uji Determinasi	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian.....	33
1. Profil Perusahaan.....	33
a. Nama dan Lokasi Ly Cafe&Resto.....	33
b. Sejarah Berdirinya Ly Cafe&Resto.....	33
2. Analisis Deskriptif Identifikasi Responden Penelitian.....	35
a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
b. Identitas Responden Berdasarkan Usia	35
c. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	36
a. Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X_1).....	36
b. Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)	38
c. Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X_3).....	39
d. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_4)	42
e. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
4. Hasil Uji Instrumen Data.....	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Realibilitas.....	48
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Hasil Uji Normalitas Data	48
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
c. Hasil Uji Multikolinearitas	50
6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
7. Hasil Uji Hipotesis	53

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	53
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	55
c. Koefisien Determinasi	56
B. Pembahasan	56
1. Pembahasan Pengaruh Word of Mouth.....	56
2. Pembahasan Pengaruh Brand Image	57
3. Pembahasan Pengaruh Promosi Penjualan	58
4. Pembahasan Pengaruh Harga	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Tabel Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	35
Tabel 4.2 Tabel Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Tabel Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel (x1)	37
Tabel 4.5 Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel (x2)	38
Tabel 4.6 Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel (x3)	40
Tabel 4.7 Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel (x4)	42
Tabel 4.8 Tabel Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel (Y).....	44
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.11 Tabel Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.12 Tabel Hasil Analisi Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji t	54
Tabel 4.14 Tabel Hasil f	55
Tabel 4.15 Tabel Hasil Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Histogram Normalitas.....	49
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	50

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul
L-1	KUISIONER PENELITIAN
L-2	HASIL PENGELOLAAN DATA
L-3	TABULASI JAWABAN RESPONDEN
L-4	SURAT PEMBERIAN IZIN PENELITIAN (RISET)
L-5	TABEL (R,T,F)