

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI DAN KUALITAS  
PELAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA CAFÉ BANG FENDI SEI JAWI-JAWI**

**SKRIPSI**

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



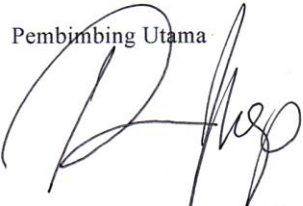
Oleh :  
**NANDA HARYATI**  
20.013.00.200


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LABUHANBATU  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN/PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : **NANDA HARYATI**  
NPM : 20.013.00.200  
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ BANG FENDI SEI JAWI-JAWI

Disetujui pada tanggal :

Pembimbing Utama  
  
**Rizki Syahputra, Lc., M.El.**  
NIDN. 0117058803

Disetujui :  
Pembimbing Pendamping  
  
**Drs. Zufrie., MM.**  
NIDN. 0116126701

Dekan  
  
**Pristiyono, SE., M.Si**  
NIDN. 0128109301

Menyetujui :

Kaprodi Manajemen  
  
**Abul Halim, SE., M.Si**  
NIDN. 0126128901

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI**

NAMA : **NANDA HARYATI**  
NPM : 20.013.00.200  
PROGRAM STUDI : S-1 Manajemen  
JUDUL ARTIKEL : **PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI  
DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ  
BANG FENDI SEI JAWI-JAWI**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat. Penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 26, Juni 2024  
Yang membuat pernyataan



**NANDA HARYATI**  
NPM. 20.013.00.200

## ABSTRAK

Banyaknya cafe yang di Sei Jawi-jawi menimbulkan adanya persaingan usaha sejenis yang ketat, sebab semakin banyak juga pemilik usaha sejenis yang berkeinginan mempertahankan konsumen dengan strateginya masing-masing. Untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada maka kita perlu memahami apa keinginan konsumen, atau memberikan tawaran yang menarik agar mereka melakukan keputusan pembelian dan secara tidak langsung bisa meningkatkan penjualan. Salah satu penyebab yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada angkringan ialah adalah *word of mouth*.

Secara parsial bahwa variabel *Word of Mouth* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bang Fendi Sei Jawi-jawi. Hasil uji parsial (uji t) dengan  $T_{hitung} (2,862) > T_{tabel} (2,000)$  dengan nilai signifikan  $0.006 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial bahwa Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bang Fendi Sei Jawi-jawi dengan  $T_{hitung} (2,528) > T_{tabel} (2,000)$ . dengan nilai signifikan  $0.002 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bang Fendi Sei Jawi-jawi dengan  $T_{hitung} (2,517) > T_{tabel} (2,000)$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Secara Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bahwa variabel *Word of Mouth* ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 86,5%. Artinya memiliki hubungan erat, melalui pengujian determinasi ( $R$  Square) sebesar 0, 865 berarti 86,5 % faktor-faktor Keputusan Pembelian di Cafe Bang Fendi Sei Jawi-jawi dapat dijelaskan oleh *Word of Mouth*, Lokasi dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya 13,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Caffe Fendi Sei Jawi-Jawi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **PENGARUH WORD OF MOUTH, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ BANG FENDI SEI JAWI-JAWI.**

Penulis Skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir guna mengikuti ujian skripsi pada Universitas Labuhanbatu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih jauh dari apa yang diharapkan baik nilai ilmiahnya maupun nilai substansinya, hal ini disebabkan karena sangat minimnya pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan penulis dalam penyusunan Skripsi belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan, berkenaan dengan hal ini penulis dengan segala kerendahan hati mengharapakan kritik dan saran dari pihak pembaca guna menyempurnakan penulisan Skripsi ini.

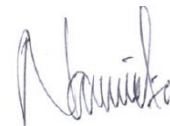
Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution SE, M.Si., Ph.D Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abdul Halim Pasaribu, SE, M.Si Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

4. Bapak Rizki Syahputra, Lc., M.El. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya dan banyak memberikan gambaran-gambaran tentang penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Drs. Zufrie., M.M., Selaku Dosen Pendamping yang telah berusaha payah untuk membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
6. Para Dosen dan Staff Universitas Labuhanbatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Bapak owner Cafe BANG FENDI Sei Jawi-Jawi yang telah memberikan data kepada penulis.
8. Kepada orang tua tercinta atas bantuan materil, moril dan spiritualnya hingga penulis berhasil menyelesaikan perkuliahannya.
9. Teman-temanku khususnya kelas majanemen yang telah banyak membantu memberikan saran maupun buah pikiran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Dosen dan semua rekan-rekan atas segala kesilapan dan kesalahan yang telah diperbuat penulis selama ini, dan semoga Skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak lain yang memerlukan.

Rantauprapat, Desember 2023



Nanda Haryati  
NPM. 20.013.00.200

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah.....	5
1. Batasan Masalah .....	5
2. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASARAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Peneliti Terdahulu.....	8
B. Uraian Teori.....	12
1. Word of Mouth.....	12
a. Pengertian Word of Mouth .....	12
b. Mengukur dan Jenis-jenis Word of Mouth .....	14
c. Peranan Word of Mouth .....	15
d. Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2. Lokasi .....	17
a. Pengertian Lokasi .....	17
b. Tipe-tipe Lokasi Usaha .....	20
c. Indikator Lokasi .....	21
3. Kualitas Pelayanan.....	21
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	21
b. Prinsip Kualitas Pelayanan.....	22
c. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	26
d. Indikator Kualitas Pelayanan .....	30
4. Keputusan Pembelian .....	30
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	31

b. Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	34
c. Indikator Keputusan Pembelian .....	38
C. Kerangka Konseptual .....	38
D. Hipotesa Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
1. Lokasi Penelitian .....	40
2. Waktu Penelitian .....	40
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel .....	41
C. Defenisi Operasional Variabel .....	42
D. Jenis dan Sumber Data .....	44
1. Jenis Data .....	44
2. Sumber Data .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Uji Instrumen Penelitian .....	46
1. Uji Validasi .....	46
2. Uji Releabilitas .....	46
G. Metode Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Hasil Penelitan .....	52
B. Pembahasan.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
A.Kesimpulan.....	72
B.Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>77</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	40
3.2 Defenisi Opersional Variabel .....	42
4.1 Karakteristik Usia Responden .....	54
4.2 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	55
4.3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	56
4.4 Tanggapan Responden Variabel <i>Word of Mouth</i> (X1).....	56
4.5 Tanggapan Responden Variabel Lokasi (X2) .....	58
4.6 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	59
4.7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	70
4.8 Uji Multikolieneritas .....	63
4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65
4.10 Uji Parsial (Uji-T) .....	66
4.11 Uji Simultan (F) .....	68

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	38
4.1 Struktur Organisasi Café Bang Fendi .....	53
4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	62
4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner .....	77
--------------------------	----