

**SKRIPSI**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI, CITA RASA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
(STUDI KASUS CFC UJUNG BATU)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Mengikuti Ujian Komprehensif Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



**OLEH :**

**ISKANDAR**  
**NIM: 1425088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN  
TAHUN 2019**

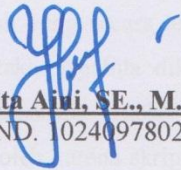
**HALAMAN PENGESAHAN**

Nama : ISKANDAR  
Nim : 1425088  
Judul Penelitian : **Pengaruh *Word Of Mounth*, Lokasi, Cita Rasa, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus CFC Ujung Batu)**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada ujian akhir komprehensif program studi manajemen pada kamis, 31 Januari 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran tim penguji.

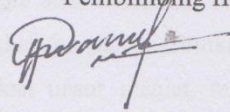
Pasir pengaraian, 02 Februari 2019

Pembimbing I



**Yulfita Aini, SE., M.M**  
NIND. 1024097802

Pembimbing II



**Purwantoro, SE., M.Si**  
NIDN. 1030049001

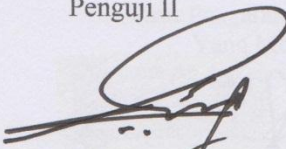
**Penguji Ujian Akhir Komprehensif**

Penguji I



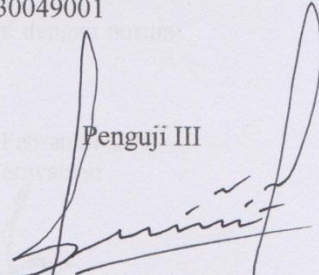
**Makmur, SE., M.MA**  
NIDN. 1010038001

Penguji II



**Andi Afrizal, SE., M.Si, Ak, CA**  
NIDN. 1014118301

Penguji III



**Seprini, SE., M.M**  
NIDN. 1025097804

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



**ARRAFIQR RAHMAN, SE., M.M**  
NIDN. 1018108502

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini.Saya :

NAMA : ISKANDAR  
NIM : 1425088  
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI, CITA RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS CFC UJUNG BATU)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi

Pasir Pengaraian, 02 Pebrauari 2019  
Yang Membuat Pernyataan

**ISKANDAR**  
NIM. 1425088

## ABSTRAK

**Iskandar/1425088/2019/Pengaruh *Word Of Mouth*, Lokasi, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus CFC Ujung Batu). Pembimbing Utama : Yulfita A'ini, SE.,MM Dan Pembimbing Kedua : Purwantoro, SE.,M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, lokasi, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus CFC Ujung Batu). Sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 135 orang dan teknik pengambilan secara *purposive sampling*. Analisis data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert dan pengujian menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh *word of mouth*, lokasi, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus CFC Ujung Batu) adalah signifikan. Pengaruh secara bersama-sama ini sebesar 91,80% dan sisanya sebesar 8,20% oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti harga, promosi. Adapun variabel *word of mouth* yang dominan mempengaruhi minat beli. Selanjutnya, disarankan Lokasi, cita rasa, dan kualitas pelayanan disarankan bagi pemilik CFC Ujung Batu ini perlu mempertahankan dan ditingkatkan lagi pada variabel ini. Karena hal ini dapat mengatasi persaingan serta dapat membangun *image* (citra) terhadap keputusan pembelian pelanggan, sehingga secara kontinyu dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan tersebut. Menjaga kebersihan dan peningkatan keteraturan lahan parkir, agar para konsumen yang berkunjung dapat dengan mudah memarkirkan kendaraannya.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Lokasi, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Konsumen

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis berusaha melaksanakan tugas yang diemban sebaik mungkin agar dapat menyelesaikan studi di Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Secara khusus, penulis ungkapkan rasa sayang dan terima kasih kepada orang-orang yang penulis cintai yaitu; orang tua, yang selalu memberikan dorongan dan semangat agar skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan yang berbahagia ini pula, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian studi saya selama ini. Ucapan terima kasih ini terutama penulis tujukan kepada:

1. Rektor Universitas Pasir Pengaraian Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
3. Bapak Purwantoro, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dan sekaligus sebagai Pembimbing II
4. Ibu Yulfita Aini, SE. MM, selaku Pembimbing I yang telah membimbing

dengan penuh hati dalam penulisan ini

5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dan dorongan lahir dan bathin serta do'a sehingga senantiasa menjadi kekuatan dalam penyelesaian penulisan ini.
7. Rekan-rekan seangkatan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Akhir kata segala kritik dan saran untuk penyempurnaan penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih.

Pasir Pengaraian, Desember 2018  
Penulis

**Iskandar**  
NIM. 1425088

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
COVER .....	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	8
2.1.1.1. Motivasi Melakukan <i>Word of Mouth</i> .....	10
2.1.1.2. <i>Word of Mouth Marketing</i> .....	14
2.1.1.3. Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	15
2.1.2. Lokasi Usaha .....	17
2.1.2.1. Pentingnya Memilih Lokasi Usaha.....	18
2.1.2.2. Indikator Lokasi Usaha.....	19
2.1.3. Cita Rasa .....	20
2.1.3.1. Cita Rasa Membentuk Citra Merek .....	22
2.1.3.2. Indikator Cita Rasa .....	23

2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.4.1. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.4.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.5. Minat Beli.....	32
2.1.5.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen	33
2.1.5.2. Indikator Minat Beli .....	34
2.1.6. Penelitian Terdahulu .....	36
2.2. Kerangka Konseptual.....	39
2.3. Hipotesis Penelitian .....	39

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	41
3.2. Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1. Populasi .....	41
3.2.2. Sampel.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1. Observasi .....	42
3.3.2. Angket ( <i>Questioner</i> ) .....	42
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5. Instrument Penelitian .....	46
3.5.1. Uji Validitas .....	46
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	46
3.6. Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	47
3.6.2. Uji Regresi Linear Berganda.....	48
3.6.3. Uji Koefisien Diterminasi ( $R^2$ ).....	48
3.6.4. Uji Hipotesis .....	49
3.6.4.1. Uji F.....	49
3.6.4.2. Uji t.....	49



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
a. Sejarah Singkat CFC Ujung Batu .....	50
b. Struktur Organisasi .....	50
4.2. Hasil Penelitian .....	52
a. Karakteristik Responden.....	52
b. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
c. Deskripsi Variabel .....	56
d. Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
e. Pembuktian Hipotesis .....	61

## BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Saran .....	64

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung CFC Ujung Batu.....	3
Tabel 3.1. Kategori Jawaban Responden .....	43
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel .....	43
Tabel 3.3. Kriteria Pencapaian Responden .....	47
Tabel 4.1. Tanggapan Responden Berdasarkan Gender .....	52
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4. Pengujian Validitas dan Relibilitas Data .....	55
Tabel 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .....	56
Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	57
Tabel 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Cita Rasa .....	57
Tabel 4.8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....	58
Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Konsumen .....	58
Tabel 4.10. Uji <i>R-Square</i> Pada <i>Model Summary</i> .....	59
Tabel 4.11. Koefisien Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.12. Uji <i>F</i> Hitung pada Pengaruh Secara Simultan .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4.1. Struktur Organisasi .....	51