

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)**

SKRIPSI

**KEVIN WICAKSONO
21160000270**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)**

SKRIPSI

**KEVIN WICAKSONO
21160000270**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Februari 2021



KEVIN WICAKSONO
NPM 21160000270

PERSETUJUAN PEMBIMBING

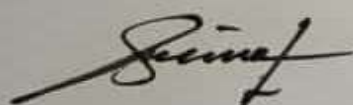
Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan bapak Dr. Dian Surya Sampurna, S.E, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

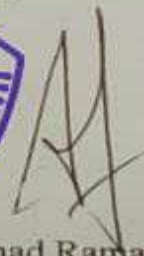
Jakarta, 25 Februari 2021

Pembimbing



Dr. Dian Surya Sampurna, SE, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., MSc.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)

telah di uji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 25 Februari 2021 dengan nilai A-

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  Muhammad Ramaditya, BBA., MSc.
(Kepala Program Studi S1 Manajemen)
2.  Dr. Dian Surya Sampurna, SE, MM
(Pembimbing)
3.  Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Dosen Penguji I)
4.  Syahrul Effendi, SE, MM
(Dosen Penguji II)

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat kasih dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Indoneisia (STEI), Jakarta.

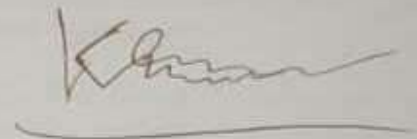
Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan kesabaran dalam memberikan arahan karya ilmiah ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Bapak Syahrul Effendi, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs, Ridwan Marongrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP, MM selaku dosen yang membantu peneliti mengolah data penelitiannya.
7. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
8. Bagas katon dan Taufan Putra selaku Pemilik angkringan AKROPI sekaligus teman sekolah peneliti yang telah memberikan izin untuk meneliti angkringannya yang mereka buat.
9. Ibu, kakak, dan pasangan tercinta yang tidak pernah lelah memberikan doa dan semangat agar penelitian ini bisa sukses dan berhasil.

10. Para sahabat selalu menasehati dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi dan yang memotivasi untuk selalu semangat, pantang menyerah dan berfikir maju ke depan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini

Jakarta, 25 Februari 2021



KEVIN WICAKSONO
NPM 21160000270

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KEVIN WICAKSONO
NPM : 21160000270
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

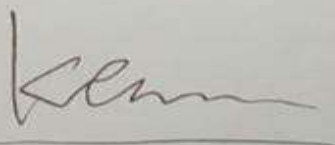
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Februari 2021

Yang menyatakan



KEVIN WICAKSONO

Kevin Wicaksono NPK 21160000270 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Dr. Dian Surya Sampurna, S.E, MM
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Angkringan AKROPI Rawasari)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen pada angkringan AKROPI Rawasari.</p> <p>Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kuantitatif, dan metoda pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diukur dengan perhitungan koefisien korelasi (parsial dan simultan) serta analisis data yang digunakan adalah koefisien jalur (Path Coefficients).</p> <p>Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan : nilai sig. t variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,142. Dimana nilai sig. t lebih besar dari 0,05. nilai sig. t variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,000 dan nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. nilai sig. t variabel lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,001. Dimana nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. nilai sig. t variabel <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian sebesar 0,004. Dimana nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. Nilai R² terhadap keputusan pembelian sebesar 81%.</p> <p>Kesimpulannya adalah: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. <i>Word of mouth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
<i>Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Word of Mouth, Keputusan Pembelian</i>	

Kevin Wicaksono NPK 21160000270 Program Studi S1	Dosen Pembimbing: Dr. Dian Surya Sampurna, S.E, MM
--	---

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE,
LOCATION, AND WORD OF MOUTH ON
PURCHASING DECISIONS
(AKROPI Angkringan Case Study in Rawasari)**

ABSTRACT

This research aims to find out how the effect of service quality, price, location, and word of mouth on purchasing decisions. The population in this study is all consumers angkringan AKROPI in Rawasari

The strategy used in this study is quantitative strategy, and sampling method using purposive sampling technique with the number of samples as many as 100 respondents measured by calculation of correlation coefficient (partial and simultaneous) and data analysis used is path coefficients.

Based on the results of statistical calculations shows: sig value. t variable quality of service to purchasing decisions amounted to 0.142. Where's the sig value. t greater than 0.05. sig value. t variable price against purchase decision of 0.000 and sig value. t is smaller than 0.05. sig value. t location variable against the purchase decision of 0.001. Where's the sig value. t is smaller than 0.05. sig value. t variable word of mouth against the purchase decision of 0.004. Where's the sig value. t is smaller than 0.05. The value of R^2 to the purchase decision is 81%.

The conclusion is: the quality of service has a positive and insignificant effect on the purchase decision, the price has a positive and significant effect on the purchase decision, the location has a positive and significant effect on the purchase decision. Word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Word of Mouth, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Review hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian pemasaran	9
2.2.2. Pengertian manajemen pemasaran	10

	Halaman
2.2.3. Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.3.1. Pengertian kualitas pelayanan.....	10
2.2.3.2. Indikator kualitas pelayanan	11
2.2.4. Harga.....	13
2.2.4.1. Pengertian harga.....	13
2.2.4.2. Indikator harga	13
2.2.5. Lokasi	14
2.2.5.1. Pengertian lokasi.....	14
2.2.5.2. Indikator lokasi	15
2.2.6. <i>Word of Mouth</i>	15
2.2.6.1. Pengertian <i>word of mouth</i>	15
2.2.6.2. Indikator <i>word of mouth</i>	16
2.2.7. Keputusan Pembelian	17
2.2.7.1. Pengertian keputusan pembelian.....	17
2.2.7.2. Indikator keputusan pembelian	17
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	18
2.3.1. Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	18
2.3.2. Harga terhadap keputusan pembelian	18
2.3.3. Lokasi terhadap keputusan pembelian	18
2.3.4. WOM (<i>word of mouth</i>) terhadap keputusan pembelian.....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.5 Kerangka Konseptual.....	19
BAB III METODA PENELITIAN.....	21
3.1. Strategi Penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel.....	22

3.2.1.	Populasi penelitian	22
3.2.2.	Sampel penelitian	22
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	23
3.3.2.	Metoda pengumpulan data	23
3.4.1.	Variabel eksogen.....	26
3.4.2.	Variabel endogen	26
3.5.	Metode Analisis Data.....	26
3.5.1.	Pengolahan data	26
3.5.2.	Measurement model (outer model)	27
3.5.3.	Analisis <i>inner model</i>	28
3.5.4.	Pengujian hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1.	Deskripsi Perusahaan.....	30
4.2.	Deskripsi Responden	31
4.3.	Deskripsi Data	32
4.3.1	Variabel kualitas pelayanan (X_1)	33
4.3.2	Variabel harga (X_2)	33
4.3.3	Variabel lokasi (X_3)	33
4.3.4	Variabel <i>word of mouth</i> (X_4).....	34
4.3.5	Variabel keputusan pembelian (Y)	34
4.4.	Analisis Data.....	35
4.4.1.	Evaluasi measurement (<i>outer</i>) model.....	35
4.4.1.1	<i>Convergent validity</i>	35
4.4.1.2	<i>Discriminant validity</i>	36
4.5.	Pengujian Hipotesis	37
4.5.1.	Pengujian hipotesis H_1	37

	Halaman
4.5.2. Pengujian hipotesis H_2	37
4.5.3. Pengujian hipotesis H_3	38
4.5.4. Pengujian hipotesis H_4	38
4.6. Pembahasan	38
4.6.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	38
4.6.2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	38
4.6.3. Pengaruh lokasi dengan keputusan pembelian.....	39
4.6.4. Pengaruh <i>word of mouth</i> dengan keputusan pembelian	39
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1. Simpulan	40
5.2. Saran	41
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	41
DAFTAR REFERENSI	42
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1. Data Penjualan Angkringan AKROPI.....	3
Tabel 3. 1. Skala <i>likert</i> untuk instrumen penelitian.....	24
Tabel 3. 2. Indikator Kualitas Pelayanan (X_1).....	24
Tabel 3. 3. Indikator Harga (X_2).....	25
Tabel 3. 4. Indikator Lokasi (X_3).....	25
Tabel 3. 5. Indikator <i>Word of Mouth</i> (X_4).....	26
Tabel 3. 6. Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	26
Tabel 4. 1. Identitas Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4. 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4. 4. <i>Construct reliability and validity</i>	39
Tabel 4. 5. <i>Diskriminan validity</i>	36
Tabel 4. 6. <i>Path coefficient</i>	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Kerangka pemikiran teoritis	20
Gambar 4. 1. diagram skala likert variabel kualitas pelayanan (X_1)	33
Gambar 4. 2. diagram skala likert variabel harga (X_2).....	33
Gambar 4. 3. diagram skala likert variabel lokasi (X_3).....	34
Gambar 4. 4. diagram skala likert <i>Word Of Mouth</i> (X_4).....	34
Gambar 4. 5. diagram skala likert keputusan pembelian (Y).....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	45
Lampiran 2 Tabulasi Skor Variabel	51
Lampiran 3 <i>Outter model</i>	51
Lampiran 4 Hasil output <i>smartPLS</i> 3.0 Hasil PLS alogarithm	67
Lampiran 5 Surat Keterangan Riset	69
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	71