

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI DAN WAKTU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Warung Madura Raihan)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Rizky Syahputra

NIM : 43118110176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI DAN WAKTU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Warung Madura Raihan)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Rizky Syahputra

NIM : 43118110176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Syahputra

NIM : 43118110176

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Januari 2024



Rizky Syahputra

NIM: 4311811017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rizky Syahputra
NIM : 43118110176
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi dan Waktu Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Madura Raihan)
Tanggal Sidang : 16 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Rina Astini, M.M., CPM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayati, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

MERCU BUANA LPTA 03243485



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Lokasi dan Waktu Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Madura Raihan)”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, M.M., CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.

5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Kepada seluruh teman-teman dan masyarakat yang telah menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 19 Januari 2024

Rizky Syahputra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN.....	9
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	12
3. Keputusan Pembelian.....	16
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
b. Proses Keputusan Pembelian	17
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
d. Peran dalam Pembelian	23

e. Indikator Keputusan Pembelian	24
4. <i>Word of Mouth</i>	25
a. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	25
b. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya <i>Word of Mouth</i>	26
c. Macam-Macam <i>Word of Mouth</i>	27
d. Indikator <i>Word of Mouth</i>	27
5. Lokasi	28
a. Pengertian Lokasi	28
b. Pemilihan Lokasi.....	29
c. Indikator Lokasi	29
6. Waktu	30
a. Pengertian Waktu	30
b. Indikator Waktu	31
7. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Pengembangan Hipotesis.....	37
C. Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Operasionalisasi Variabel.....	43
D. Skala Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi	45
2. Sampel.....	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	47
3. Uji Hipotesis.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Perusahaan	54
B. Analisis Deskriptif	55
1. Karakteristik Responden	55
2. Deskriptif Jawaban Responden	57
C. Hasil Uji Kualitas Data	61
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	61
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>) ..	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Warung Madura Raihan pada bulan Januari-Juli 2023 ...	3
1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... di Warung Madura Raihan	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	32
3.1	Operasional Variabel Penelitian	44
3.2	Skala Likert	45
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif	49
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	50
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tertinggi	56
4.2	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... <i>Word of Mouth</i>	57
4.3	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... Lokasi	58
4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... Waktu	59
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	60
	Keputusan Pembelian	
4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	61
4.7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	62
4.8	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>)	64
4.9	Hasil Pengujian AVE	65
4.10	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>)	65
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>)..	66
4.12	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	67
4.13	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>)	68
4.14	Nilai R^2 Variabel Endogen	68
4.15	Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	69
4.16	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>).....	70

4.17 Hasil Pengujian Hipotesis..... 70



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Fungsi Manajemen Pemasaran	10
2.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.3	Kerangka Pemikiran	40
4.1	Hasil Algoritma PLS	62
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	63
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	81
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	83
3	Hasil Olah Data PLS	102

