

**PENGARUH LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KIMMI NOODLE & RICE  
PANDAAN KABUPATEN PASURUAN**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh :**

**JUNIAR EKYWATI**

**NPM : 2061201002855**



**UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2024**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Juniar Ekywati  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002855  
Universitas : Merdeka Pasuruan  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan *Word of Mouth*  
terhadap Keputusan Pembelian di Kedai  
Kimmi Noodle & Rice Pandaan Kabupaten  
Pasuruan

Pasuruan, 13 Juni 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Dosen Pembimbing I



Dr. Eva Mufidah, S.AB., MM.

Dosen Pembimbing II



Dr. Dwita Laksmi R, S.S., M.Li.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.

## TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi, pada tanggal 20 Juni 2024.

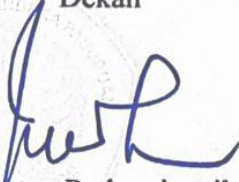
### TIM PENGUJI:

1. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si 1. Ketua..... 
2. Dr. Eva Mufidah, S.AB., MM 2. Sekretaris..... 
3. Dr. Dwita Laksmi R, S.S., M.Li 3. Anggota..... 

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan

  
Dra. A. Ratna Pudyarningsih, MM

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Juniar Ekywati

Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002855

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 13 Juni 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Status Perkawinan : Belum Menikah

Alamat : Dusun Krawan RT 02/RW 04 Desa Kedawung  
Wetan Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan

Nomor HP : 081399228828

Nama Orang Tua (Ayah) : Liyanto  
(Ibu) : Rinawati

Riwayat Pendidikan

Tahun 2014 : Lulus SDN Kedawung Wetan III

Tahun 2017 : Lulus SMP Negeri 1 Grati

Tahun 2020 : Lulus SMA Negeri 1 Grati

Tahun 2020 : Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Pasuruan

## PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Juniar Ekywati

NPM : 2061201002855

Alamat Rumah : Dusun Krawan RT 02/RW 04 Desa Kedawung Wetan  
Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi berjudul:

“Pengaruh Lokasi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kimmi Noodle & Rice Pandaan Kabupaten Pasuruan” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiasi maka saya siap menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 13 Juni 2024

Yang Membuat



Juniar Ekywati

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kimmi Noodle & Rice Pandaan Kabupaten Pasuruan” dengan baik dan maksimal.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempu ujian tingkat sarjana Strata 1 (S1) pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari do’a, dukungan, bantuan, bimbingan dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak, baik berupa moral maupun material. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Dr. Eva Mufidah, S.AB., MM selaku Wakil Dekan I, Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan semangat kepada penulis. Terima kasih atas segala pembelajaran, kesabaran, dan motivasi yang diberikan baik selama perkuliahan maupun selama bimbingan yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Suatu

kehormatan dan rasa bangga karena bisa berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Ibu.

4. Dr. Dwita Laksmi Rachmawati, S.S., M.Li selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan semangat kepada penulis. Terima kasih atas segala pembelajaran, kesabaran, dan motivasi yang diberikan baik selama perkuliahan maupun selama bimbingan yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Suatu kehormatan dan rasa bangga karena bisa berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Ibu.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing penulis selama perkuliahan. Rasa hormat dan bangga, penulis bisa berkesempatan diajar dan dibimbing oleh Bapak dan Ibu dosen. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberi kesehatan, kemudahan, dan kebahagiaan.
6. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah membantu segala urusan administrasi penulis selama berkuliah di Universitas Merdeka Pasuruan.
7. Pihak Kedai Kimmi Noodle & Rice yang telah memberikan bantuan dan izin kepada penulis selama melaksanakan penelitian.
8. Seluruh responden yang telah menjadi objek penelitian dan membantu untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
9. Kedua orang tua saya yang menjadi alasan utama saya untuk bertahan dalam setiap proses dan keadaan selama perkuliahan. Kepada Ayah saya Liyanto dan Ibu saya Rinawati, beliau berdua sebagai wujud dan motivasi saya untuk

menggapai segala cita-cita dan impian yang saya harapkan agar bisa memberikan sebuah kebahagiaan dan kebanggan. Terima kasih atas segala bentuk dukungan moral maupun material, serta do'a yang tiada hentinya diberikan kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini dengan baik dan tuntas.

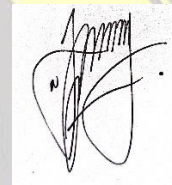
10. Daffa Dhiya Ulhaq, Rifatul Fauziah, dan Ajilah Tri Nur Ajijah yang telah menjadi tempat berkeluh kesah dan tiada hentinya memberikan semangat dan segala bentuk dukungan mental, fisik, dan psikis penulis untuk selalu semangat dalam menulis dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Indah Karimatus Saidah yang senantiasa menemani peneliti dan saling menyemangati satu sama lain selama proses pengerjaan skripsi ini. Tidak lupa pula teruntuk Fami, Erlina, Icha, Nur, dan Sobat Jametz, serta teman-teman seperjuangan prodi Manajemen 2020 atas dukungan dan kerja samanya selama menempuh pendidikan, serta dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya.
13. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri (Juniar Ekywati) karena telah mampu berjuang dan bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih untuk tetap memilih berusaha dan meyakinkan diri sendiri sampai di titik ini walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan, namun terima kasih karena tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena telah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah apapun proses



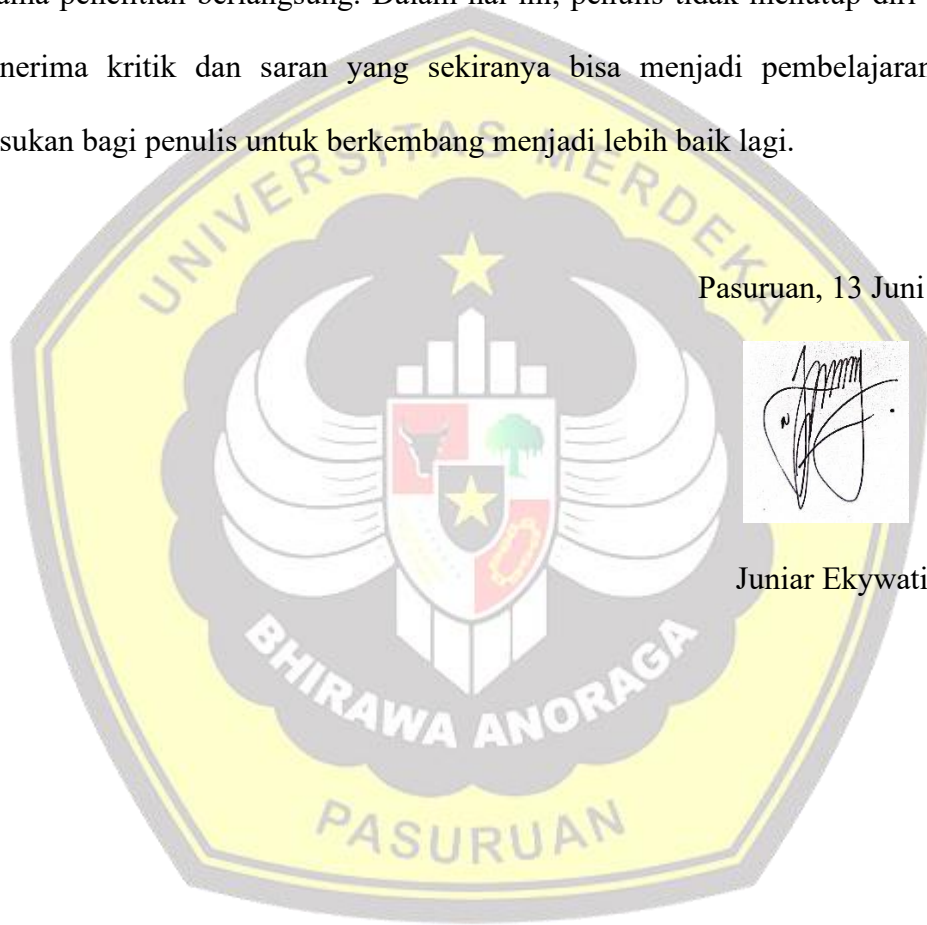
penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, hal ini merupakan sebuah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis berharap skripsi ini dapat membawa dampak positif bagi para pembaca, karena di dalam skripsi ini memuat pembelajaran yang penulis dapatkan selama penelitian berlangsung. Dalam hal ini, penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang sekiranya bisa menjadi pembelajaran dan masukan bagi penulis untuk berkembang menjadi lebih baik lagi.

Pasuruan, 13 Juni 2024



Juniar Ekywati



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI.....	9
A. Lokasi.....	9
1. Pengertian Lokasi.....	9
2. Dimensi Lokasi.....	10

3. Pentingnya Lokasi .....	11
4. Indikator Lokasi .....	11
B. <i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	12
1. Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	12
2. Faktor-Faktor <i>Word of Mouth</i> .....	13
3. Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i> .....	14
4. Manfaat <i>Word of Mouth</i> .....	15
5. Karakteristik <i>Word of Mouth</i> .....	16
6. Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	17
C. Keputusan Pembelian .....	18
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2. Tahapan Keputusan Pembelian .....	19
3. Dimensi Keputusan Pembelian .....	20
4. Tingkatan Keputusan Pembelian .....	22
5. Indikator Keputusan Pembelian .....	23
D. Hubungan Variabel Bebas dengan Variabel Terikat .....	24
1. Hubungan Variabel Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	24
2. Hubungan Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	25
3. Hubungan Variabel Lokasi (X1) dan <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	26
E. Penelitian Terdahulu .....	27

F. Kerangka Konseptual .....	34
G. Hipotesis .....	35
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Desain Penelitian .....	37
B. Definisi Operasional Variabel.....	37
1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	38
2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	40
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	42
D. Lokasi Penelitian .....	42
E. Populasi dan Sample.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel .....	43
F. Jenis dan Sumber Data .....	44
1. Jenis Data .....	44
2. Sumber Data .....	45
G. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Metode Observasi .....	46
2. Kuesioner .....	46
3. Wawancara.....	47
4. Studi Pustaka .....	47
H. Teknik Pengolahan Data.....	48
1. <i>Editing</i> .....	48
2. <i>Coding</i> (Pengkodean) .....	48

3. Tabulasi.....	48
4. Pemberian skor atau nilai.....	48
I. Instrumen Penelitian.....	49
H. Uji Instrumen Penelitian.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
J. Teknik Analisis Data.....	50
1. Analisis Deskriptif.....	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4. Uji Hipotesis.....	56
5. Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	57
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B. Uji Instrumen.....	61
1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reliabilitas.....	63
C. Teknik Analisis Data.....	63
1. Uji Asumsi Klasik.....	63
2. Analisis Deskriptif.....	70
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	91
D. Pengkajian Hipotesis.....	92

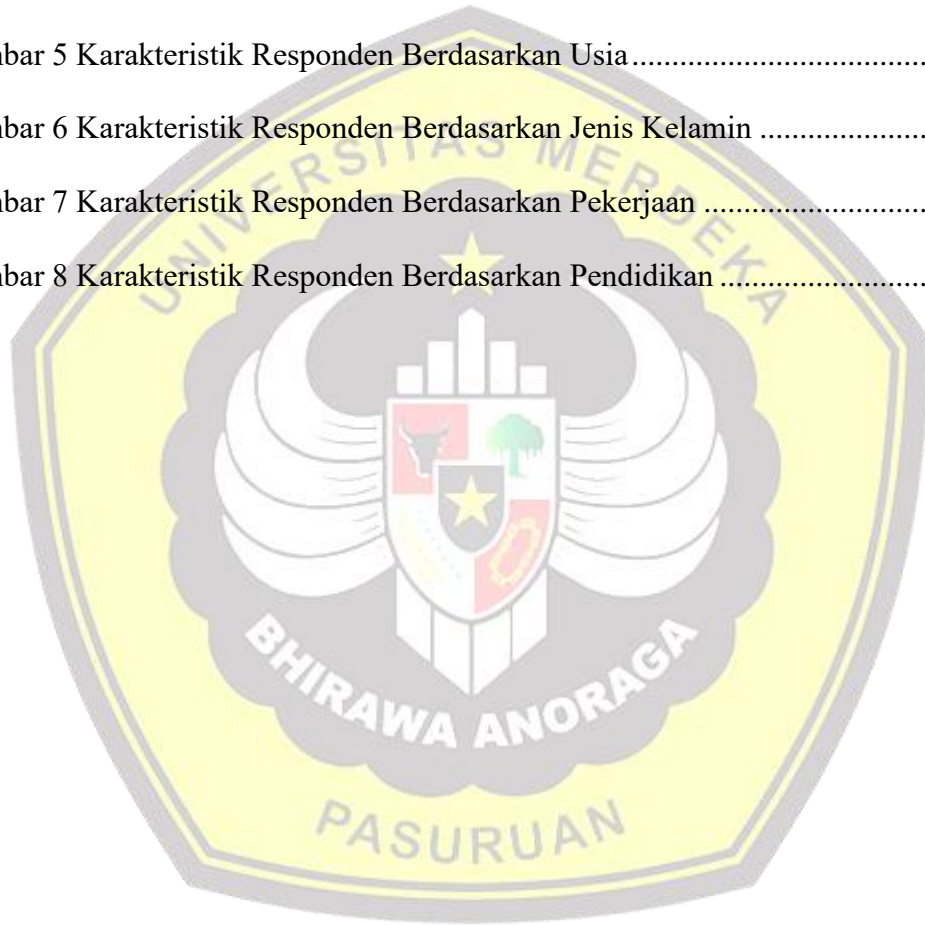
1. Uji Simultan (Uji F).....	92
2. Uji Parsial (Uji t) .....	93
E. Hasil Wawancara .....	95
1. Hasil Wawancara Mengenai Lokasi.....	95
2. Hasil Wawancara Mengenai <i>Word of Mouth</i> .....	96
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
1. Pengaruh Lokasi dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	97
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4. Koefisien Determinasi .....	103
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran .....	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2 Skala Likert Pilihan Jawaban dan Skor Responden .....	47
Tabel 3 Daftar Harga Menu Kedai Kimmi Noodle & Rice.....	60
Tabel 4 Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 6 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 8 Hasil Uji Linearitas .....	69
Tabel 9 Hasil Uji Non Autokorelasi .....	70
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	75
Tabel 14 Deskriptif Jawaban Variabel Lokasi (X1) .....	79
Tabel 15 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2) .....	83
Tabel 16 Deskriptif Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	86
Tabel 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
Tabel 18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi $R^2$ .....	92
Tabel 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	93
Tabel 20 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahapan Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 3 Hasil Uji P-Plot of Regression Standardized Residual .....	65
Gambar 4 Hasil Uji Scatterplot.....	68
Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Gambar 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Gambar 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	75





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2.	Tabulasi Data Skor Jawaban Responden
Lampiran 3.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
Lampiran 4.	Uji Instrumen
Lampiran 5.	Tabel R
Lampiran 6.	Tabel Durbin Watson
Lampiran 7.	Tabel Uji F
Lampiran 8.	Tabel Uji t
Lampiran 9.	Hasil Wawancara
Lampiran 10	Dokumentasi
Lampiran 11	Jadwal Penelitian



## ABSTRAK

### Pengaruh Lokasi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kimmi Noodle & Rice Pandaan Kabupaten Pasuruan

Juniar Ekywati<sup>1</sup>, Eva Mufidah<sup>2</sup>, Dwita Laksmi Rachmawati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Merdeka Pasuruan

<sup>2,3</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Universitas Merdeka Pasuruan

Email : [ekywatijuniar@gmail.com](mailto:ekywatijuniar@gmail.com)<sup>1</sup>, [evamufidah@unmerpas.ac.id](mailto:evamufidah@unmerpas.ac.id)<sup>2</sup>,  
[laksmitadwita@gmail.com](mailto:laksmitadwita@gmail.com)<sup>3</sup>

#### Abstrak

Saat ini industri makanan terus megalami perkembangan didukung dengan adanya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang didirikan oleh masyarakat sebagai sumber mata pencaharian yang mendukung pembangunan ekonomi. Kimmi Noodle & Rice adalah Salah satu kedai yang menjual makanan kekinian yang digandrungi oleh anak muda. Pada penelitian ini terdapat permasalahan mengenai lokasi dan *word of mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di kedai Kimmi Noodle & Rice Pandaan Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen kedai Kimmi Noodle & Rice yang tidak diketahui jumlah populasinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *non probability* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden yang pernah melakukan pembelian di kedai Kimmi Noodle & Rice dalam rentang waktu kurang lebih selama 6 bulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) lokasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,161 > 0,05$ . (2) *word of mouth* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . (3) lokasi dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . (4) lokasi dan *word of mouth* memiliki pengaruh sebesar 55,8% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perusahaan dapat mempertimbangkan aspek lokasi untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas. Perusahaan dapat fokus pada manajemen kampanye marketing dengan cara manajemen testimonial positif dari pelanggan.

**Kata Kunci :** Lokasi, *Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

### *The Influence of Location and Word of Mouth on Purchasing Decisions at the Kimmi Noodle & Rice Shop in Pandaan, Pasuruan Regency*

**Juniar Ekywati<sup>1</sup>, Eva Mufidah<sup>2</sup>, Dwita Laksmi Rachmawati<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Student of Management, Merdeka Pasuruan University

<sup>2,3</sup>Lecturer of Management, Merdeka Pasuruan University

Email : [ekywatijuniar@gmail.com](mailto:ekywatijuniar@gmail.com)<sup>1</sup>, [evamufidah@unmerpas.ac.id](mailto:evamufidah@unmerpas.ac.id)<sup>2</sup>,  
[laksmitadwita@gmail.com](mailto:laksmitadwita@gmail.com)<sup>3</sup>

#### **Abstract**

*Currently, the food industry continues to experience development, supported by the existence of micro, small and medium enterprises (MSMEs) established by the community as a source of livelihood that supports economic development. Kimmi Noodle & Rice is a shop that sells contemporary food that is loved by young people. In this research there are problems regarding location and word of mouth. This research aims to determine the influence of location and word of mouth on purchasing decisions at the Kimmi Noodle & Rice Pandaan shop, Pasuruan Regency. This research uses quantitative methods by distributing questionnaires. The population of this research is consumers of the Kimmi Noodle & Rice shop whose population is unknown. The sampling technique in this research used non-probability sampling, namely purposive sampling with a sample size of 60 respondents who had made purchases at the Kimmi Noodle & Rice shop within a period of approximately 6 months. The results of this research show that (1) location does not have a significant influence on purchasing decisions with a significance value of  $0.161 > 0.05$ . (2) word of mouth has a significant influence on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (3) location and word of mouth simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.005$ . (4) location and word of mouth have an influence of 55.8% on purchasing decisions and the remaining 44.2% is influenced by other variables not examined in this research. Companies can consider location aspects to increase visibility and accessibility. Companies can focus on marketing campaign management by managing positive testimonials from customers.*

**Keywords:** *Location, Word of Mouth, and Purchasing Decisions*