

**PENGARUH PROMOSI *WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR DI TOKO
SAYUR BORNEO KABUPATEN KETAPANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Di ajukan Oleh:

LILIS SURYANI

NPM : 17420117

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA**

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Lilis Suryani
NPM : 17420117
Alamat : Ds. Selimatan Jaya, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi *Word Of Mouth*, Lokasi, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Di Toko Sayur Borneo Kabupaten Ketapang”** bukan merupakan plagiat atau saduran skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini di buat dengan sebenar-benarnya untuk di pergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 21 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



Lilis Suryani

17420117

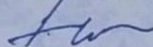
SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR DI
TOKO SAYUR BORNEO KABUPATEN KETAPANG

Diajukan oleh:
LILIS SURYANI
NPM:17420117

TELAH DI SETUJUI DAN DI TERIMA DENGAN BAIK OLEH

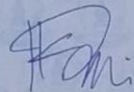
DOSEN PEMBIMBING



HENDRA PRASETYA, SE.,M.Ak.

Tanggal : 28 Juni 2021

KETUA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN



Dr. KRISTININGSIH,SE.,M.Si.

Tanggal : 28 Juni 2021

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR DI
TOKO SAYUR BORNEO KABUPATEN KETAPANG

Dipersiapkan dan di susun oleh:

LILIS SURYANI
NPM:17420117

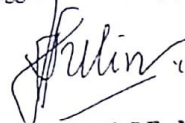
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



HENDRA PRASETYA, SE.,M.Ak.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dajah Julindrastuti, S.E., M.Ak.



Husni Indrawati Wijaya Putri, S.E.,MM.

Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal,16-8-2021



Dr. KRISTININGSIH,SE.,M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi *Word Of Mouth*, Lokasi, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Di Toko Sayur Borneo Kabupaten Ketapang”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memehuni salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-KL(K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsih, SE.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dajah Julindrastuti. SE.,M.Ak., Selaku Dosen Wali yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis selama melakukan perkuliahan.
5. Hendra Prasetya, SE., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

7. Terimakasih yang sangat besar kepada Alm. Ibunda tercinta, serta terimakasih kepada Bapak Lincah dan ibu Cati atas dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis selama ini
8. Terimakasih kepada kekasih tercinta Anton (Aseng) , Monika Natalia P, Fanny dan nurdellah sebagai sahabat yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam pengerjaan karya tulis ini sehingga semua bisa selesai tepat waktu
9. Terimakasih atas dukungan semua pihak yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sangat berterimakasih atas motivasi, saran maupun kritik yang di berikan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Surabaya, 21 Mei 2021

Lilis Suryani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACTION.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian	6
1.5 Sistematika Skripsi	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Definisi Pemasaran	9
2.1.1.2 Manajemen pemasaran	10
2.1.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.1.1.4 Bauran Pemasaran	11
2.1.2 Promosi	12

2.1.2.1 Definisi Promosi	12
2.1.2.2 Tujuan Promosi	18
2.1.2.3 Definisi Promosi <i>Word Of Mouth</i>	18
2.1.2.4 Alasan Melakukan Melakukan Promosi Word of Mouth	20
2.1.2.5 Manfaat Promosi Word Of Mouth	20
2.1.2.6 Indikator Promosi Word Of Mouth	21
2.1.3 Lokasi	22
2.1.3.1 Definisi Lokasi	22
2.1.3.2 Pemilihan Lokasi	23
2.1.3.3 Saluran Distribusi	24
2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	25
2.1.3.5 Jenis Saluran Distribusi	26
2.1.3.6 Indikator Lokasi	28
2.1.4 Persepsi Kemudahan	29
2.1.4.1 Definisi Persepsi Kemudahan	29
2.1.4.2 Sifat Persepsi	30
2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	31
2.1.4.4 Definisi Persepsi Kemudahan	33
2.1.4.5 Indikator persepsi kemudahan	34
2.1.5 Keputusan Pembelian	35
2.1.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	35
2.1.5.2 Peranan Dalam Keputusan Pembelian	36
2.1.5.3 Tipe – Tipe Keputusan Pembelian	36
2.1.5.4 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	37
2.1.5.5 Proses Keputusan Pembelian	43
2.1.5.6 Indikator keputusan pembelian	46
2.1.6 Hubungan Promosi Word Of Mouth dengan Keputusan pembelian..	47
2.1.7 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	48
2.1.8 Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Pembelian.....	49
2.2 Penelitian terdahulu	50

2.3	Hipotesis dan Model analisis.....	55
2.3.1	Hipotesis.....	55
2.3.2	Model Analisis	56
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Pendekatan Penelitian	57
3.2	Populasi dan sampel	57
3.2.1	Populasi	57
3.2.2	Sampel.....	58
3.3	Identifikasi Variabel	58
3.4	Definisi Operasional Variabel	59
3.5	Jenis dan Sumber data	62
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	63
3.7	Teknik Analisis Data	63
3.7.1	Uji Validitas.....	63
3.7.2	Uji Reabilitas	64
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2)	65
3.7.5	Uji T (uji Hipotesis).....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1	Sejarah Singkat Toko Sayur Borneo	67
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan Toko Sayur Borneo	68
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Karakteristik Responden	68

4.2.2 Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian ..	74
4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	79
4.3.1 Uji Validitas	79
4.3.2 Uji Reabilitas	83
4.3.3 Analisis Regresi Linear berganda	84
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	85
4.3.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	86
4.4 Pembahasan	89
4.4.1 Pengaruh Promosi Word Of Mouth Terhadap Keputusan pembelian di Toko Sayur Borneo, Kabupaten Ketapang	89
4.4.2 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sayur Borneo, Kabupaten Ketapang	90
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sayur Borneo, Kabupaten Ketapang	92
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	94
5.2 Simpulan	94
5.3 Saran	94
5.4 Keterbatasan penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	50
Tabel 2.2 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan saat ini	52
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 4.2 Data usia responden	70
Tabel 4.3 Data Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 4.4 Data pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4.5 Data penghasilan rata-rata responden setiap bulan	73
Tabel 4.6 Data Frekuensi Pembelian rata –rata setiap bulan	74
Tabel 4.7 Nilai Kategori Berdasarkan Skor Interval.....	75
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi Word Of Mouth	76
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai variabel Lokasi	77
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai variabel persepsi kemudahan.....	78
Tabel 4.11 Jawaban Responden Mengenai keputusan pembelian	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Word Of Mouth (X1).....	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas variabel Persepsi Kemudahan (X3).....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian	82
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas	83
Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.18 Tabel Uji Koefisien Determinasi berganda.....	86
Tabel 4.19 Tabel Uji T	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	43
Gambar 2.2 Model Analisis	55
Gambar 3.1 kurva uji t (daerah penerimaan dan penolakan)	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	100
LAMPIRAN 2 Data Tabulasi Jawaban Responden	105
LAMPIRAN 3 Data Frekuensi Karakteristik Responden	108
LAMPIRAN 4 Frekuensi Jawaban Responden	111
LAMPIRAN 5 Uji Deskriptif	118
LAMPIRAN 6 Output SPSS	120
LAMPIRAN 7 Data Tabel t	125

ABSTRAK

Alasan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antara Verbal Advancement, Area dan Impression Kesederhanaan Pilihan Pengadaan di Toko Sayur Borneo, Ketapang Rule. Metodologi yang digunakan adalah metodologi kuantitatif dengan jenis pemeriksaan yang jelas. Faktor bebas yang diteliti adalah Verbal Advancement, Area, dan Impression of Simplicity, sedangkan variabel terikat yang dipertimbangkan adalah Buy Choice. Populasi dalam penyelidikan ini adalah tamu Toko Sayur Borneo. Jumlah tes dalam penelitian ini adalah 100 responden. Prosedur pengujian adalah pemeriksaan bertujuan. Skala estimasi menggunakan skala Likert. Pemeriksaan informasi menggunakan investigasi kekambuhan langsung yang berbeda, dan spekulasi diuji dengan uji t. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Faktor Kemajuan Verbal secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian di Toko Sayur Borneo, Rezim Ketapang; (2) Area tidak berpengaruh besar terhadap Pilihan Beli di Toko Sayur Borneo, Aturan Ketapang; (3) Kesan kenyamanan tidak secara mendasar mempengaruhi pilihan pembelian di Toko Sayur Borneo, Ketapang Rule. Dipercaya Toko Sayur Borneo akan mengikuti dan mengerjakan sistem waktu terbatasnya saat ini melalui media online, dan menyebarkan inovasi angsuran pertukaran yang digunakan untuk pembeli.

Kata kunci : Promosi Word Of Mouth, Lokasi , persepsi kemudahan, keputusan pembelian

ABSTRACT

The reason for doing this test is to find out the magnitude of the influence between Verbal Advancement, Area and Impression of Simplicity of Procurement Options at the Borneo Vegetable Shop, Ketapang Rule. The methodology used is a quantitative methodology with a clear type of examination. The independent factors studied were Verbal Advancement, Area, and Impression of Simplicity, while the dependent variable considered was Buy Choice. The population in this investigation are the guests of the Borneo Vegetable Shop. The number of tests in this study were 100 respondents. The test procedure is a purposeful examination. The estimation scale uses a Likert scale. Information checks used different direct relapse investigations, and speculation was tested by t-test. The consequences of this study indicate that: (1) Verbal Progress Factor significantly influences purchasing choices at the Borneo Vegetable Shop, Ketapang Regime; (2) Area does not have a big influence on Buying Options at the Borneo Vegetable Shop, Ketapang Rules; (3) The impression of comfort does not fundamentally affect the choice of purchasing at the Borneo Vegetable Shop, Ketapang Rule. It is believed that Toko Sayur Borneo will follow and work on its current limited time system through online media, and spread the innovation of exchange installments used for buyers.

Keywords: Word Of Mouth Promotion, Location, perceived convenience, purchase decision

