



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Promosi  
Penjualan Dan Lokasi Terhadap Keputusan  
Pembelian Mie Basah Pada Solo Muda Group  
Di Sidoarjo**

Fingki Andrianto  
151500036

Dosen Pembimbing  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
2019**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Fariana, SE., MA., Ak  
Jabatan : Kepala Lab. Bank Mini

Menyatakan bahwa :

Nama : Fingki Andrianto  
NIM : 151500026  
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh WOM, Promosi Penjualan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Pada Solo Muda Group, dengan hasil 10,25 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Juli 2019  
Kepala Laboratorium,  
  
Rina Fariana, SE., MA., Ak



**PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), PROMOSI  
PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MIE BASAH PADA SOLO MUDA GROUP  
DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**FINGKI ANDRIANTO**  
**151500026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2019**

## **Motto**

Bukan karena kita yang hebat  
Tapi karena ALLAH yang memudahkan urusan kita

- My Success is Only by Allah -

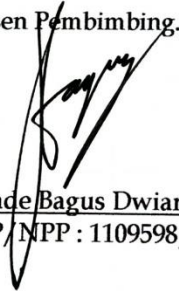
Skripsi ini saya persembahkan untuk :  
Kedua Orang tua saya Bapak Kusmiadi dan Ibu Sujayati, dan  
seluruh keluarga saya  
Sahabat-sahabat saya Dwica, Yeni, Randi, Amel, Amir, Beki,  
Darul, Kharisma, Wendi, Iis serta teman-teman dari manajemen  
angkatan 2015

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk di presentasikan :

Tanggal : 22 Juli 2019

Dosen Pembimbing.



I Made Bagus Dwiarta. SE, MM  
NIP/ NPP : 1109598/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Promosi  
Penjualan, dan Lokasi terhadap Keputusan  
Pembelian mie basah pada Solo Muda Group di  
Sidoarjo.

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Fingki Andrianto
- b. NIM : 151500026
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi
- e. Alamat e-mail : [fingki.andrianto@gmail.com](mailto:fingki.andrianto@gmail.com)

Surabaya, 14 Agustus 2019

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,



Tony Susilo Wibowo, SE, M.pd, MSM  
NIP/NPP : 0709494/DY

I Made Bagus Dwiarta, SE, MM  
NIP/NPP : 1109598/DY



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi,

Das Diti Istikhoroh, M.Si  
NIP : 196710191992032001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fingki Andrianto  
NIM : 151500026  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (Skripsi) saya dengan judul :

“Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Promosi Penjualan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian mie basah pada Solo Muda Group di Sidoarjo”. Yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018-2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsure plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 22 Juli 2019

Mahasiswa:



Fingki Andrianto  
NIM : 151500026



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Promosi Penjualan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Basah pada Solo Muda Group di Sidoarjo”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Jurusan Ekonomi pada Fakultas PGRI Adi Buana Surabaya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H.Djoko Adi Waluyo, ST, MM, DBA selaku Rektor Universitas PGRI AdiBuana Surabaya.
2. Ibu Dra. Siti Istikhoroh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE, M.pd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI AdiBuana Surabaya.
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta. SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.



5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya, atas pendidikan selama dibangku kuliah.
6. Kepada Bapak Rasmanto Selaku Pemilik UMKM Solo Muda Group yang memberikan ijin penelitian kepada penulis sehingga skripsi ini tepat waktu.
7. Kepada Kedua Orang Tua saya serta Kakak saya yang telah mendukung selama pengerjaan skripsi ini.
8. Sahabat dan rekan seperjuangan tercinta yang tiada henti memberi dukungan, bantuan dan motivasi kepada penulis.

Akhirnya, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan Penulis mohon maaf, dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Tuhan YME, Amiin.

Surabaya, 22 Juli 2019  
Penulis,

## DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Tidak Plagiasi .....	i
Halaman Judul .....	ii
Motto .....	iii
Halaman Lembar Persetujuan .....	iv
Halaman Pengesahan .....	v
Surat Pernyataan Keaslian .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4

### **BAB II. TELAAH PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.2.2 Pengertian Pemasaran .....	14
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.4 Word Of Mouth .....	17
2.2.5 Promosi Penjualan .....	22
2.2.6 Lokasi .....	27
2.2.7 Keputusan Pembelian .....	30

### 2.3 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Hubungan antara Variabel Word Of Mouth dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	36
2.5.2 Hubungan antara Variabel Promosi Penjualan dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	37
2.5.3 Hubungan antara Variabel Lokasi dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	37
2.4 Kerangka Konseptual .....	38
2.5 Hipotesis .....	39

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	41
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel .....	42
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	
3.3.1 Jenis Data .....	44
3.3.2 Sumber Data .....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data .....	45
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	45
3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	48
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	
3.5.1 Variabel Penelitian .....	48
3.5.2 Definisi Operasional .....	49
3.6 Teknik Analisis Data	
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	52
3.6.2 Uji Asumsi Klasikal .....	53
3.6.3 Pengujian Hipotesis (Uji T dan Uji F) .....	57

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .	
4.1.1 Data Umum .....	59
4.1.2 Struktur Organisasi .....	61
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	
4.2.1 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian X dan Y .....	62
4.3 Analisis Data Penelitian	
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	66
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	68
4.4 Pengujian Hipotesis	
4.4.1 Uji t .....	75
4.4.2 Uji f .....	77
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	82
Daftar Pustaka .....	83.

## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

1.1 Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja di Sidoarjo .....	2
2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan .....	10
3.1 Skala Likert .....	47
3.2 Kriteria Uji Autokorelasi .....	55
4.1 Distribusi Frekuensi Word Of Mouth .....	62
4.2 Distribusi Frekuensi Promosi Penjualan .....	63
4.3 Distribusi Frekuensi Lokasi .....	64
4.4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	65
4.5 Uji Validitas .....	67
4.6 Uji Reliabilitas .....	69
4.7 Uji Normalitas .....	70
4.8 Uji Multikolinieritas .....	70
4.11 Uji Autokorelasi .....	72
4.12 Regresi Linier Berganda .....	73
4.13 Uji t .....	76
4.14 Uji f .....	77

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar Halaman

2.1 Kerangka Konseptual .....	38
3.1 Rancangan Penelitian .....	41
4.1 Struktur Organisasi .....	61
4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 2	Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
Lampiran 3	Daftar Hadir Sempro
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Tabulasi Variabel Word Of Mouth
Lampiran 6	Tabulasi Variabel Promosi Penjualan
Lampiran 7	Tabulasi Variabel Lokasi
Lampiran 8	Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian
Lampiran 9	Uji Instrumen Penelitian
Lampiran 10	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 11	Unalisis Regresi Linier Berganda, Uji T dan Uji F