



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

**Pengaruh Persepsi Harga, *Word Of Mouth* Dan
Customer Experience Terhadap Keputusan
Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan
Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo**

M. Aang Pratama
191500115

Dosen Pembimbing
Dra. Christina Menuk Sri Handayani., S.E., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA , *WORD OF MOUTH* DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG NASI SAMBAL PADA RUMAH
MAKAN SEGO SAMBEL MBACK SITI CABANG MAGERSARI
SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

**M. AANG PRATAMA
191500115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo

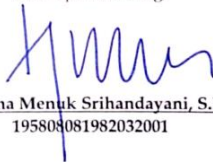
Identitas Mahasiswa

a. Nama : M. Aang Pratama
b. NIM : 191500115
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 3 Mei 2023

Dosen pembimbing,



Dra. Christina Mentuk Srihandayani, S.E., M.M.
195804081982032001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo.

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : M. Aang Pratama
- b. NIM : 191500115
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : aangprtma@gmail.com

Mengetahui,
M. Ketua Program Studi,

M. Aang Pratama, S.E., M.M
NIP/NPP: 1109598/DY

Surabaya, 7 Juni 2023
Dosen Pembimbing,



Dra. CH. Meruk Sri Handayani,
S.E., M.M
NIP/NPP: 1958081982032001

Menyetujui
M. Dekan,

Tony Sriadi Wiboso, S.E., M.Pd., MSM
NIP/NPP: 0709494/DY

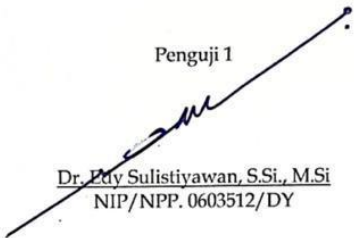
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

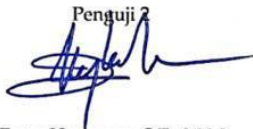
Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : M. Aang Pratama
NIM : 191500115
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo.
Hari : Senin
Tanggal : 5 Juni
Tahun : 2023

Penguji 1


Dr. Dy Sulistiyawan, S.Si., M.Si
NIP/NPP. 0603512/DY

Penguji 2


Ferry Harlawan, S.E., M.M
NIP/NPP.1512763/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Aang Pratama

NIM : 191500115

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo." yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun akademik 2023 bersifat original.

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

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

Surabaya, 5 Juni 2023

Mahasiswa,

 *M. Aang Pratama*
M. Aang Pratama
NIM: 191500115

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa karunia kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Keberagaman Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Pasar Krian di Sidoarjo”**. Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Kedua Orang Tua dan Kakak saya yang selalu memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan selama di bangku kuliah.
4. Temat-teman saya yang telah memberikan motivasi, semangat dan bantuan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
5. Kepada Fitri Ayuni yang telah mendukung, memberi semangat serta memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, *Word Of Mouth* Dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Nasi Sambal Pada Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo”**, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Dr. Hartono, M.Si. Selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Dra. Christina Menuk Srihandayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi dan pendamping penulisan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar program studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tuaku yang telah memberikan do'a, motivasi, semangat, dan dukungan kepada penulis dari awal sampai penulisan skripsi ini selesai.
7. Ibu Siti selaku pemilik Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo.
8. Rekan - rekan berpartisipasi untuk membantu menyelesaikan penelitian ini dengan hasil yang terbaik.

9. Semua pihak yang telah mendukung untuk menyelesaikan proposal penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak diatas, mendapat imbalan yang sepadan dari tuhan yang Maha Esa, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa yang membacanya. Amin.

Surabaya, 3 Mei 2023

Penulis
M. Aang Pratama

MOTTO

“Tidur Lebih Baik Daripada Mengkhawatirkan Takdir”

ABSTRAK

Pengkajian ini memiliki tujuan guna menjelaskan pengaruh dari Persepsi Harga, *Word of Mouth* serta *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Ulang dalam Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti Cabang Magersari Sidoarjo. Peresponden pada pengkajian ini memakai sampel dengan jumlah 105 orang konsumen melalui metode sampel non probability sampling melalui metode sampling insidental. Analisis pendataan yang dipakai ialah pengujian instrumen, asumsi klasik, penganalisisan regresi linier berganda, proses pengujian koefisien determinasi korelasi, koefisien determinasi serta hipotesis t dan F. Pengkajian ini memakai Persepsi Harga, *Word of Mouth* serta *Customer Experience* menjadi variabel independen serta Keputusan Pembelian Ulang menjadi variabel dependen. Perolehan pengkajian ini ialah Persepsi Harga tidaklah memberi pengaruh kepositifan dan signifikansi pada Keputusan Pembelian Ulang, *Word of Mouth* memberikan pengaruh kepositifan serta signifikan pada Keputusan Pembelian Ulang, *Customer Experience* memberikan pengaruh kepositifan serta signifikansi pada Keputusan Pembelian Ulang serta Persepsi Harga, *Word of Mouth* serta *Customer Experience* memberikan pengaruh dengan bersamaan pada Keputusan Pembelian Ulang.

Kata Kunci : *Persepsi Harga, Word of Mouth, Customer Experience, dan Keputusan Pembelian Ulang*

ABSTRACT

This discussion makes sense explain impact on Perceived Price, Word of Mouth and Customer Experience on Repeat Purchase Decisions at Sego Sambel Mbak Siti Restaurant, Magersari Sidoarjo Branch. Respondents in This discussion uses deep samples 105 consumers through the non-probability sampling method using incidental sampling techniques. Data analysis used was instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression analysis, correlation determination coefficient testing, determination coefficient and t and F hypotheses. This study used Price Perception, Word of Mouth and Customer Experience as independent variables and Repurchase Decision as variables dependent. Acquisition of this discussion Perceived Price does not have a positive influence and significance on Repurchase Decisions, Word of Mouth has a positive influence and significance on Repurchase Decisions, Customer Experience has a positive influence and significance on Repurchase Decisions and Perceived Price, Word of Mouth and Customers Experience has a simultaneous influence on Repurchase Decisions.

Keywords : Perceived Price, Word of Mouth, Customer Experience, and Repurchase Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	19

2.2.1	Pengertian Pemasaran.....	19
2.2.2	Perilaku Konsumen	19
2.2.3	Persepsi Harga	19
2.2.4	<i>Word Of Mouth</i>	21
2.2.5	<i>Customer Experience</i>	22
2.2.6	Keputusan Pembelian Ulang	23
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Hipotesis.....	26
2.4.1	Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	27
2.4.2	Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	27
2.4.3	Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	28
2.4.4	Pengaruh Persepsi Harga, <i>Word of Mouth</i> dan <i>Customer Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian Ulang	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel.....	34
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Jenis Data	35

3.3.2	Sumber Data.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.4.2	Alat Pengumpulan Data.....	36
3.4.3	Lokasi Penelitian.....	38
3.4.4	Waktu Penelitian.....	39
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.5.1	Variabel Penelitian.....	39
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Uji Instrumen.....	42
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.4	Koefisien Determinan (r^2).....	46
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Perusahaan.....	49
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2.2	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	58
4.3	Analisis Data Penelitian.....	67
4.3.1	Analisis Data.....	67

4.3.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	73
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	77
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.3.5	Koefisien Determinasi (R ²).....	82
4.3.6	Uji Hipotesis	84
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.4.1	Pengaruh Persepsi harga (X1) Terhadap Keputusan pembelian ulang (Y)	86
4.4.2	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y)	87
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X3) Terhadap Keputusan pembelian ulang (Y)	88
4.4.4	Pengaruh Persepsi harga (X1), <i>Word of Mouth</i> (X2) dan <i>Customer Experience</i> (X3) Terhadap Keputusan pembelian ulang (Y)	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Konseptual	25
3. 1 Rancangan Penelitian.....	33
4. 1 Lokasi Rumah Makan Sego Sambel Mbak Siti.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 Data Penjualan.....	5
3. 1 Skala Likert.....	38
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	53
4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	54
4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4. 8 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga.....	59
4. 9 Distribusi Frekuensi <i>Word Of Mouth</i>	61
4. 10 Distribusi Frekuensi <i>Customer Experience</i>	63
4. 11 Distribusi Frekuensi Keputusan pembelian ulang....	65
4. 12 Rekapitulasi Data Penelitian Variabel X dan Y.....	67
4. 13 Hasil Uji Validitas.....	74
4. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	77
4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
4. 17 Hasil Uji Autokorelasi.....	80
4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82
4. 20 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
4. 21 Hasil Uji t Parsial.....	84

4. 22 Hasil Uji F simultan.....	86
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 1. 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 1. 3 Matriks
- Lampiran 1. 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 1. 5 Formulir Pendaftaran Ujian Proposal
- Lampiran 1. 6 Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 1. 7 Lembar Persetujuan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 1. 8 Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 1. 9 Hasil Output SPSS
- Lampiran 1. 10 Catatan Ujian Proposal
- Lampiran 1. 11 Berita Acara Bimbingan Skripsi

