

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Angkringan “IKI” di Tulungagung” ini ditulis oleh Fatimah Karaman, NIM. 12402183230 Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing bapak Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi adanya perkembangan dunia bisnis *F&B* di Tulungagung yang berkembang dengan cukup pesat, salah satu sektor bisnis kuliner yang berkembang adalah angkringan. Menjamurnya usaha angkringan di Tulungagung mengakibatkan terjadinya permasalahan persaingan usaha sejenis semakin ketat, dimana masing-masing angkringan di Tulungagung memiliki identitas yang berbeda-beda. Persaingan ini dapat dilihat dari beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* di suatu tempat. Salah satu angkringan yang ada di Tulungagung ialah Angkringan “IKI”, meskipun terletak di daerah selatan Tulungagung angkringan “IKI” ramai dikunjungi konsumen. Berbagai straregi dilakukan untuk menarik konsumen agar konsumen merasa puas sehingga terbentuk keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasinya adalah konsumen Angkringan “IKI” yang sudah pernah melakukan pembelian. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian, menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability* sampling dengan jenis *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Sedangkan teknik analisisnya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, untuk menguji hipotesis dengan Uji T parsial, Uji F simultan dan uji koefisien determinasi, dengan menggunakan alat uji SPSS versi 16.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. (2) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. (3) lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. (4) *word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. (5) secara simultan kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Service Quality, Price, Location, and Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at Angkringan “IKI” in Tulungagung” was written by Fatimah Karaman, NIM.12402183230 Depaetement of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Bussines, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with mentor Mr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

This research is set on the development of the F&B business world in Tulungagung which is growing quite rapidly, one of the culinary business sectors that is growing is light. The proliferation of mining businesses in Tulungagung resulted in the problem of similar business competition becoming more strict, in which each mining company in Tulungagung had different identities. This competition can be seen from several factors that consumers consider when making purchasing decisions to meet their needs, namely by considering the quality of service, price, location and word of mouth in a place. One of the lightest parts of Tulungagung is Angkringan "IKI", although it is located in the southern area of Tulungagung Angkringan "IKI" where it is popular with consumers. Various strategies are carried out to attract consumers so that consumers are satisfied that purchasing decisions are made.

The purpose of this study was to test and determine the effect of service quality, price, location and word of mouth on consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung. This study uses an associative quantitative approach method. The population is Angkringan consumer "IKI" who has done a purchase. The data collection technique uses a research questionnaire, using sempel non probability sampling techniques with a purposive sampling type with a sample number of 100 respondents. The analysis technique uses multiple linear regression analysis techniques, to test hypotheses with partial T-test, simultaneous F-test and determination coefficient test, using SPSS test tool version 16.0

The results of this study show that: (1) the quality of service has a significant effect on consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung. (2) The price has a partial effect on consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung. (3) The location partially did not have a significant effect on consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung. (4) The word of mouth partially influenced consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung. (5) The simultaneous quality of service, price, location and word of mouth had a significant effect on consumer purchasing decisions at the Angkringan "IKI" in Tulungagung.

Keywords: Quality of Service, Price, Location, Word Of Mouth, Purchase Decision