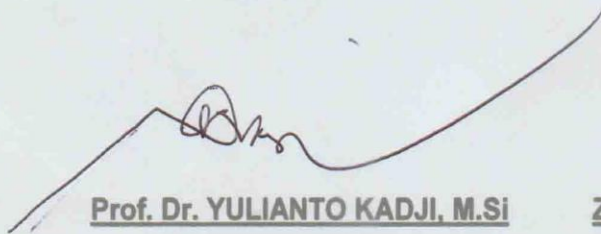


**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Skripsi yang berjudul :**

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN LI. MAMI GORONTALO**

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. YULIANTO KADJI, M.Si**

**NIP. 196707131998031001**

**Pembimbing II**

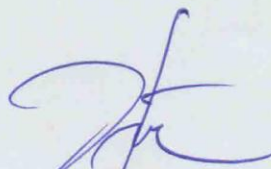


**ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si**

**NIP.197909252005012001**

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**



**HAIS DAMA, SE., M.Si**

**NIP. 197303052002121003**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM), DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada RM. Li Mami - Gorontalo)

Oleh

Wahyudin Zalfikar Tilome  
NIM. 931 412 070

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/tanggal : Selasa, 18 juli 2017  
Waktu : 13.00 Wita

Penguji

1. Prof. Dr. Yulianto Kadji, M.Si

NIP. 19670713 199803 1 001

2. Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si

NIP. 19790925 200501 2 001

3. Dr. Abd. Rahman Pakaya, M.Si

NIP. 19581220 198603 1 001

4. Ramlan Amir Isa, SE., MM

NIP. 19750820 200604 1 018

Gorontalo, juli 2017

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Imran Rosman Hambali, S.pd, SE, MSA

NIP. 19700823 199903 1 005

## ABSTRAK

**Wahyudin Zalfikar Tilome, NIM 931412070.** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang didapatkan melalui kuesioner dan menggunakan responden sebanyak 96 orang. Kemudian data yang didapat diolah dengan metode regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 16.

Dari perhitungan uji T di dapatkan hasil T-hitung dari variabel Word Of Mouth sebesar 15.688 lebih besar dari T-tabel (1,660) namun untuk variabel Lokasi mendapatkan hasil -6.315 lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel (1,660) sehingga dapat disimpulkan variabel lokasi tidak memiliki pengaruh. Menurut survei yang di dapatkan di lokasi usaha, lokasi parkir rm li mami tidak layak karena sebagian kendaraan pengunjung memakai badan jalan untuk memarkirkan kendranya. Akan tetapi para konsumen tetap memlilih makan di rumah makan li mami tersebut. Sedangkan pada hasil uji simultan (uji-F) didapatkan hasil F hitung 134.021 lebih besar dari F tabel 3,09 yang berarti *word of mouth dan lokasi* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa jika di uji secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun jika di uji secara simultan kedua variabel bebas (*word of mouth dan lokasi*) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *rumah makan li mami*.

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



## ABSTRACT

**Wahyudin Zalfikar Tilome, NIM 931412070.** This research applies quantitative method by collecting the data through questionnaire and use 96 respondents. Afterwards, the data are analyzed through multiple linear regression method with SPSS 16 application

Based on the T test calculation, it gains the result of T-count from the word of mouth variable is 15.688 higher than T-table (1,660), yet the location variable gains -6.315 which is smaller than t-table (1,660). Hence, it deduced that location variable has not influenced procurement decision. Based on the survey at the location, the parking lot of li mami restaurant is improper as some of the consumers park their vehicles in the road body. However, those consumers keep making a choice to eat at li mami restaurant. Meanwhile, based on simultaneous test result (F-test), it gains the F count result is 134.021 higher than F table 3.09 which means the word of mouth and location are simultaneously influenced the procurement decision.

It can be concluded that if it is partially tested, the word of mouth will influence consumer's decision and the location variable will go the opposite. But, if both independent variables (word of mouth and location) are simultaneously tested, it will simultaneously influence the procurement decision at li mami restaurant

Keywords: Word of mouth, procurement decision