

HALAMAN MOTTO

“وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ أَلَاءُ عَلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ”

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman,”

Nggarap Skripsi Be Like

(QS Ali Imran: 139)

“لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا”

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

(QS Al-Baqarah: 286)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Alloh SWT, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada :

1. Orang Tua saya tercinta (Bapak H. Mukti dan Ibu Hj. Muniroh) yang selalu mendoakan, selalu memberikan kasih sayang, dan dukungannya baik secara moral dan material serta pengorbanan selama ini.
2. Kepada 6 kakak saya serta keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan semangat kepada saya selama ini.
3. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing dan dosen terbaik. Terimakasih atas ilmunya, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas.
4. Segenap keluarga dan sahabat yang sudah menyemangati penulis.
5. Kepada NIM 195503616 terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari – cari. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik tenaga, pikiran, materil maupun moril kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih sudah menemani saya pada waktu saya sakit dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang ini. Semoga kedepannya dapat memperbaiki apa – apa yang kemarin dirasa kurang dan ditambahkan apa – apa yang dirasa diperlukan.
6. Seluruh teman – teman angkatan, terutama untuk kelas regular A angkatan 2019 yang senantiasa mengisi hari – hari penulis menjadi sangat menyenangkan.

ABSTRAKSI

Indonesia memiliki beragam makanan khas yang tersebar di berbagai daerah. Makanan khas di setiap daerah memiliki keunikan serta filosofi yang menarik sehingga mampu menjadi daya tarik wisata dan dapat dikembangkan menjadi wisata kuliner. Kabupaten Kebumen memiliki beragam makanan khas, contohnya adalah soto Tamanwinangun Mba Iin Darsum yang memiliki keunikan dan sejarah tersendiri sehingga dapat dijadikan menjadi daerah tujuan wisata kuliner. Melihat potensi tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Soto Tamanwinangu Mba Iin Darsum)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian Soto Tamanwinangun Mba Iin Darsum. Penelitian ini menggunakan purposive sampling yang dilakukan kepada 100 responden. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala likert 4. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji koefisien determinasi, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS Release 25.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Nilai Adjusted R Square persamaan diatas sebesar 0,597, artinya 59,7% variabel keputusan pembelian soto tamanwinangun Mba Iin Darsum dapat dijelaskan oleh variable Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* sedangkan sisanya 40,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Indonesia has a variety of specialties spread across various regions. Typical food in each region has a unique and interesting philosophy so that it can become a tourist attraction and can be developed into culinary tourism. Kebumen Regency has a variety of specialties, for example, soto Tamanwinangun Mba Iin darsum which has its own uniqueness and history so that it can be used as a culinary tourism destination. Seeing this potential, researchers are interested in taking the title "The Effect of Food Quality, Service Quality, and Word Of Mouth on Purchasing Decisions for Soto Tamanwinangu Mba Iin Darsum)". The purpose of this study was to determine the effect of Food Quality, Service Quality, and Word Of Mouth on purchasing decisions for Soto Tamanwinangun Mba Iin Darsum. This study used purposive sampling which was conducted on 100 respondents. Data collection was carried out through interviews and distributing questionnaires. Respondents' attitudes were measured on a Likert 4 scale. The data analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, hypothesis testing consisting of t test, coefficient of determination test, and multiple linear regression analysis using the help of SPSS Release 25.0 for Windows program. The results showed that (1) Food Quality has a significant effect on purchasing decisions. (2) Service Quality has a significant effect on purchasing decisions. (3) Word Of Mouth has a significant effect on purchasing decisions. (4) Food Quality, Service Quality, and Word Of Mouth simultaneously have a significant effect on the decision to use. The Adjusted R Square value of the above equation is 0.597, meaning that 59.7% of the variable purchasing decisions for Mba Iin Darsum's soto tamanwinangun can be explained by the Food Quality, Service Quality, and Word Of Mouth variables, while the remaining 40.3% can be explained by other variables outside this research model.

Keywords: *Food Quality, Service Quality, Word Of Mouth, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan izin, nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, atas terselesaikannya skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Soto Tamanwinangun Mba Iin Darsum.

Dalam kesempatan yang berharga ini, penulis merasa perlu untuk mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, yang telah memberikan kesempatan, nasihat, arahan ataupun dorongan selama penulis menyelesaikan laporan ini, antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S. E., M. M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Semua Dosen dan Civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
4. Orang Tua saya tercinta (Bapak H. Mukti dan Hj. Muniroh) serta Kakak dan Adik saya yang selalu mendoakan, selalu memberikan kasih sayang, dan dukungannya baik secara moral dan material serta pengorbanan selama ini.
5. Kepada NIM 195503616 terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik tenaga, pikiran, materil maupun moril kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya.

6. Seluruh teman - teman angkatan, terutama untuk kelas regular A angkatan 2019 yang senantiasa mengisi hari – hari penulis menjadi sangat menyenangkan.

Dengan adanya keterbatasan dan pengetahuan yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan ataupun kekurangan dalam skripsi ini. Maka, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, guna perbaikan dan evaluasi untuk menjadi lebih baik. Selain itu, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang memerlukan.

Kebumen, Juli 2023

Penulis

(Abdul Khalim)

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Keputusan Pembelian	14
2.1.2. Kualitas Makanan	24
2.1.3. Kualitas Pelayanan	27
2.1.4. <i>Word of mouth</i> (WOM)	30
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Hubungan Antar Variabel	35
2.4. Model Empiris	37

2.5. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	39
3.1.1. Objek Penelitian.....	39
3.1.2. Subjek Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.3. Devinisi Operasional Variabel	40
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1. Jenis Data.....	45
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6. Populasi dan Sampel	47
3.6.1. Populasi.....	47
3.6.2. Sampel	48
3.7. Teknik Analisis.....	50
3.7.1. Analisis Deskriptif	50
3.7.2. Analisis Statistika	50
3.8. Alat Analisis Data	50
3.8.1. Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas	51
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.8.4. Uji Hipotesis	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum	60
4.1.1. Gambaran Soto Tamanwinangun.....	60
4.2. Analisis Deskriptif.....	62
4.2.1. Karakteristik responden berdasarkan Jenin Kelamin.....	62
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.3. Analisis Statistik.....	65

4.3.1. Uji Validitas	66
4.3.2. Uji Reliabilitas	69
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.4. Uji Hipotesis	73
4.4. Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN	84
5.1. Simpulan.....	84
5.2. Keterbatasan	86
5.3. Implikasi	86
5.3.1. Implikasi Praktis	86
5.3.2. Implikasi Teoritis	88
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Penjualan Soto Tamanwinangun Mba Iin Darsum.....	5
Tabel I - 2 Data Observasi Mini Riset Pembelian Soto Tamanwinangun	6
Tabel III - 1 Distribusi Indikator Keputusan pembelian (Y).....	41
Tabel III - 2 Distribusi Indikator Kualitas Makanan (X1).....	42
Tabel III - 3 Distribusi Indikator Kualitas Pelayanan (X2).....	43
Tabel III - 4 Distribusi Indikator Word Of Mouth (X3)	44
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran.....	64
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Makanan	67
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	68
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel IV - 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	74
Tabel IV - 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel IV - 13 Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel IV - 14 Hasil Koefisien Determinasi.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
Gambar II - 2 Model Empiris.....	37
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Gambar IV - 2 Uji Normalitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuisoner.....	98
Lampiran 2 Data Responden.....	103
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	108
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	116
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	119
Lampiran 8 Tabel R	121
Lampiran 9 Tabel T.....	124
Lampiran 10 Tabel F.....	127
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Skripsi.....	130
Lampiran 12 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	131