

ABSTRAK

ASRYE TUTUR SINAGA, NIM 7133210013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Potret Medan”. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan dapat menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan pembelian di Kafe Potret Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah 700 orang ditentukan dari jumlah pengunjung Kafe Potret Medan dalam kurun waktu satu minggu, dan sampel yang digunakan berjumlah 88 pengunjung. Sedangkan tehnik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) dan pengujiannya yaitu uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji R^2 .

Dari hasil uji validitas diperoleh r hitung $>$ r tabel untuk masing-masing item pertanyaan dan uji reliabilitas angket diperoleh *alpha cronbach* masing-masing variabel yaitu 0,750 untuk variabel X_1 , 0,774 untuk variabel X_2 , dan 0,747 untuk variabel Y. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikan r tabel yaitu 0,361.

Analisis data masing-masing variabel diperoleh persamaan regresi berganda $Y = 14,053 + 0,065 X_1 + 0,348 X_2 + e$. Diperoleh R^2 sebesar 0,146 yang berarti X_1 dan X_2 menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 14,6 % sedangkan sisanya 85,4% dijelaskan variabel diluar perusahaan. Uji parsial yang dihasilkan masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan signifikansi penelitian lebih kecil dari 0.05, serta hasil perhitungan uji-simultan sebesar 7,286 dengan F tabel 3,10 yang artinya F hitung $>$ F tabel dengan *level of significant* (α) $<$ 0.05, yang artinya hipotesis diterima yaitu Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Kafe Potret Medan.

Hipotesis penelitian dimensi Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian diterima jika t hitung $>$ t tabel dengan tingkat signifikan 0.05. Nilai t tabel dalam penelitian ini 1,662. Nilai t hitung variabel X_1 sebesar 1,990 t hitung $>$ t tabel maka hipotesis diterima, nilai t hitung variabel X_2 sebesar 2,628 t hitung $>$ t tabel maka hipotesis diterima. Dari 2 variabel, variabel *Word Of Mouth* yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 2,628.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ASRYE TUTUR SINAGA, NIM 7133210013. “The Influence Of Service Quality And Word Of Mouth To Purchasing Decisions Of Kafe Potret Medan”. Thesis Of Management, Economics Faculty, State University of Medan, 2017.

The purpose of this study is to identify and able to explain the influence of Service Quality and Word Of Mouth to Purchasing Decisions of Kafe Potret Medan. The population in this study were 700 people from visitors Kafe Potret Medan in one week, and the samples used were 88 visitors. While the techniques of data collection using the questionnaire and use the test of quality data and classical assumption. The hypothesis test uses multiple linear regression analysis, F test, R square and t test.

Validity of test results obtained $r_{hitung} > r_{tabel}$ for each item of questions and reability test get a Cronbach alpha of each variables is $X_1 = 0.750$, $X_2 = 0.774$ and for Y variables is 0.747. This value is greater from r tabel that is 0.361.

The data analysis of each variable regression equation $Y = 14,053 + 0,065 X_1 + 0,348 X_2 + e$. Retrieved R square of 0.146, which means the X_1 and X_2 explain the effect on variable Y by 14,6% while the remaining 85.4% is explained variables outside the company. The resulting partial test each independent variables affect the dependent variable with research significance smaller than 0.05, and the result of the test-simultaneous calculation of 7.286 to 3.1, which means $F_{hitung} > F_{tabel}$ with a level of significant $(\alpha) < 0.05$, which means that the hypothesis is accepted is attractiveness, Trustworthiness and expertise together give significant effect for Purchasing Decisions of Kafe Potret Medan.

The study hypothesis was partially of Service Quality and Word Of Mouth dimension to Purchasing Decisions is acceptable if $t_{hitung} > t_{tabel}$ with a significant level 0.05. The t tabel value in this study 1.662. The t hitung X_1 is 1.990 that mean $t_{hitung} > t_{tabel}$ then the hypothesis is accepted, t hitung X_2 is 2.628 that mean $t_{hitung} > t_{tabel}$ then the hypothesis is accepted. From 2 variables fascination that the most dominant variable for Purchasing Decisions is Word Of Mouth of 2.628.

Keywords : Service Quality, Word Of Mouth, and Purchasing Decisions