

## ABSTRAK

**FAHRUNI RIZKI HASANAH: 7102210009. PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU *WORD OF MOUTH* KONSUMEN PADA WARUNG MIE ACEH BANG UDIN JALAN WILLIAM ISKANDAR MEDAN SUMATERA UTARA. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Medan. 2014.**

Dalam menghadapi persaingan bisnis khususnya di bidang kuliner warung mie aceh bang Udin perlu memperhatikan kepuasan konsumennya oleh karena itu warung mie aceh bang Udin harus peka terhadap apa saja yang diinginkan konsumen. Seiring dengan perkembangan bisnis kuliner yang mulai sangat banyak bermunculan warung mie aceh bang Udin harus tetap mampu mempertahankan kepuasan konsumennya guna untuk menciptakan Perilaku *word of mouth* positif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku *Word of mouth* konsumen pada warung mie aceh bang Udin jalan William Iskandar Medan Sumatera Utara , sampel dalam penelitian ini adalah konsumen warung mie aceh bang udin yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti, Metode pemilihan sampel yaitu sampel besar, dan sampel yang berhasil ditarik yaitu sebanyak 120 sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei pendahuluan, wawancara, studi dokumen dan penyebaran angket. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana, dengan variabel bebas kepuasan konsumen (X) dan variabel terikat *word of mouth* (Y). Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas angket, maka setiap butir pernyataan dinyatakan valid dan reliabel, dengan  $\alpha = 0,361$ . Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear sederhana dengan rumus  $Y = a + Bx$  maka dalam penelitian ini diperoleh persamaan  $Y = - 4,752 + 1,091 X$  persamaan ini menunjukkan konstanta sebesar  $-4,752$  berarti jika kepuasan konsumen (X) nilainya adalah 0 maka *Word of mouth* konsumen (Y) nilainya  $- 4,752$ . Koefisien regresi variabel kepuasan konsumen (X) sebesar 1,091, artinya jika kepuasan mengalami kenaikan skor 1, akan menyebabkan perubahan pada variabel *word of mouth* (Y) sebesar 1,091. Koefisien korelasi  $r = 0,734$  atau 73,4% menunjukkan bahwa variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang positif dan kuat. Dan koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 53,8% Dengan demikian berarti kepuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap perilaku *Word of mouth* konsumen sebesar 53,8% sedangkan sisanya sebesar 46,2% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti atau yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan sebesar 5% (0,05) maka diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11,70 > 1,65787$ ) dengan demikian hal ini menunjukkan hipotesa yang dikemukakan pada bab sebelumnya diterima yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap perilaku *Word of mouth* konsumen pada warung mie aceh bang Udin jalan William Iskandar Medan Sumatera Utara.

**Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, *Word Of Mouth*.**

## ABSTRACT

**FAHRUNI RIZKI HASANAH: 7102210009. effect of customer satisfaction on word of mouth of consumer behavior in the shop of mie aceh bang udin, at iskandar william field road north sumatra, Thesis Department of Management, Faculty of Economics: University of Medan. 2014**

In the face of competition, especially in the field of culinary Mie Aceh bang Udin need to pay attention to consumer satisfaction therefore it must be sensitive to what the customer wants to meet customer satisfaction. Along with the development of culinary businesses started popping up very much, he shop of mie Aceh bang udin should still be able to maintain the satisfaction of its customers in order to create positive word of mouth Behaviour will do benefit consumers and companies.

This study aims to analyze the influence of customer satisfaction with Word of mouth consumer behavior in mie aceh bang udin at street of William Iskandar Medan, North Sumatra, the sample in this study is that consumers have met the criteria set research, sample selection methods, namely large samples, and the samples were successfully drawn as many as 120 samples.

Data collection techniques used are preliminary surveys, interviews, document studies and questionnaires. The analytical method used is a simple linear regression analysis, the independent variables of customer satisfaction (X) and bound variael word of mouth (Y). Based on the validity and reliability of the questionnaire, each item statement is valid and reliable, with alpha = 0.361. Data analysis technique used is simple linear regression analysis with the formula  $Y = a + Bx$  obtained in this study the equation  $Y = - 4.752 + 1.091 X$  this equation meunjukkan kosanta of -4.752 means that if customer satisfaction (X) value is 0 then the Word of mouth consumer (Y) value - 4,752. Consumer satisfaction variable regression coefficient (X) of 1.091, meaning that if satisfaction scores increased 1, will lead to changes in the variables of word of mouth (Y) equal to 1.091.

The correlation coefficient  $r = 0.734$  or 73.4% indicate that the variables X and Y are positive and strong relationship. And the coefficient of determination  $R^2$  much as 53.8% thus means customer satisfaction contributed to the Word of mouth consumer behavior at 53.8% while the remaining 46.2% were caused by other factors not examined or were not used as a variable in this research.

The results of testing the hypothesis with a significant level of 5% (0.05),  $t_{\text{obtain}} > t_{\text{table}}$  ( $11.70 > 1.65787$ ) so suggesting the hypothesis put forward in the previous chapter accepted  $H_0$  rejected and  $H_1$  is accepted, influential consumer satisfaction Word of mouth on the behavior of consumers in Mie Aceh bang Udin, at street of William Iskandar Medan, North Sumatra.

**Keywords: Consumer Satisfaction, Word Of Mouth.**