

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI SIDOARJO

Cindy Debby Mayank Sary

192010200341

**Dosen Pembimbing
Dewi Komala Sari S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO
2024**



Pendahuluan

Industri kuliner memiliki kontribusi sebanyak 38,35% pada PDB bisnis olahan non migas dengan total 3,23 kuadriliun pada tahun 2022, jumlah tersebut terbesar dari industri lainnya. Hal tersebut menjadikan kesempatan industri kuliner ini terus dilirik dari pelaku usaha.

Mie Gacoan merupakan salah satu pelaku usaha kuliner mie yang sedang ramai dibicarakan. Dengan membawa konsep santap modern yang harganya *affordable*, Mie gacoan banyak mendapat penghargaan karena hadir melayani puluhan ribu konsumen setiap bulannya. Jumlah outlet Mie Gacoan sudah banyak tersebar dengan jumlah 54 *outlet*. Mie gacoan memberikan pengalaman menyantap mie terenak, konsumen dapat menikmati waktu bersama sambil mengerjakan tugasnya, mengobrol santai, serta berfoto bersama. Dari suasana yang menarik serta fasilitas lengkap membuat pelanggan betah dan ingin datang kembali

Pendahuluan

Penelitian ini juga dilatar belakangi oleh adanya *evidence gap* atau kesenjangan hasil penelitian terdahulu. Kemudian ada fenomena yang terdapat di lokasi penelitian, yaitu perusahaan dituntut untuk dapat selalu memberikan *costumer experience* yang terbaik dan berkelanjutan yang juga merupakan salah satu misi dari Mie Gacoan. Untuk mewujudkan hal tersebut tentunya Mie Gacoan harus selalu menjaga kualitas produknya. Berdasarkan pengakuan manajemen Mie Gacoan dalam observasi peneliti, keberhasilan yang diraih perusahaan selama ini tidak terlepas oleh perhatian manajemen atas kualitas produknya, yang mana hal itu begitu penting untuk perusahaan agar mempertahankan konsumen untuk senantiasa merasakan kepuasan. Harga mie gacoan dapat bervariasi tergantung pada lokasi serta jenis mie yang dipesan. Mie gacoan memiliki harga berkisar antara Rp9.000 sampai Rp10.500 per mangkuk. Harga mie gacoan yang terjangkau tersebut menjadi salah satu alasan sebagai makanan favorit dan popularitasnya makanan ini.

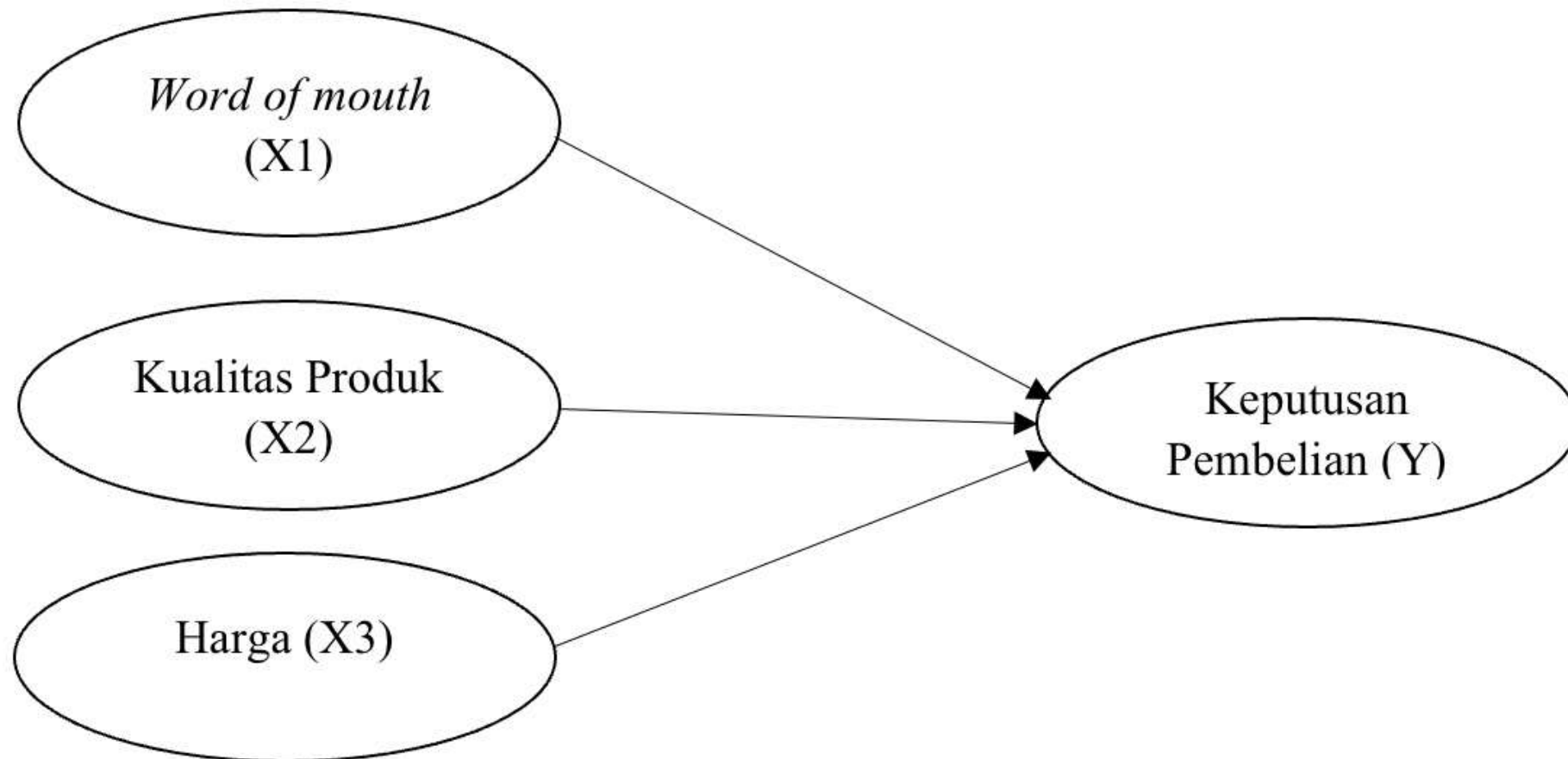
Rumusan Masalah

Rumusan Masalah : Bagaimana *Word of mouth*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Variabel Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan di Sidoarjo?

Pertanyaan Penelitian : Apakah terdapat pengaruh antara *Word of mouth*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Variabel Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan di Sidoarjo?

Tujuan Penelitian : Guna mengetahui sebesar apa pengaruh dari Variabel *Dependent* (X) *word of mouth*, kualitas produk, dan harga produk terhadap Variabel *independent* (Y) keputusan pembelian pada Mie Gacoan di Sidoarjo.

Kerangka Konsep



Hipotesis Penelitian

- H1 : *Word of mouth* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- H2 : Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- H3 : Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Metode Penelitian



Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif variabel bebas yaitu *Word of Mouth* (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).



Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen yang pernah mengkonsumsi Mie Gacoan di Kota Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Purposive sampling. Kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Konsumen yang berdomisili di Kota Sidoarjo.
2. Konsumen yang telah membeli dan mengkonsumsi Mie Gacoan di Sidoarjo
3. Konsumen berusia minimal 17 tahun.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden

Metode Penelitian



Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang disebar kepada para responden melalui google form



Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier berganda, dan Uji Hipotesis

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti sebanyak 100 konsumen mie Gacoan Sidoarjo dengan beberapa data demografi. Berikut rincian statistik deskriptif dari sampel penelitian yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti:

Kategori	Jumlah	Pesentase %
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	32,00%
Perempuan	68	68,00%
Usia		
17th-30 th	81	81,00%
31th-50 th	19	19,00%
Pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	11	11,00%
Pegawai Swasta/Negeri	38	38,00%
Pelajar/Mahasiswa	37	37,00%
Wirausaha	11	11,00%
Lainnya	3	3,00%
Jumlah	100	100,00%

Bedasarkan jenis kelamin maka didapatkan sampel berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang (32%) dan perempuan sebanyak 68 orang (68%). Selanjutnya berdasarkan usia maka didapatkan sampel yang berusia 17 hingga 30 tahun sebanyak 81 orang (81%) dan sampel yang berusia 31 sampai 50 tahun sebanyak 19 orang (19%). Selanjutnya berdasarkan pekerjaan maka didapatkan sampel yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 11 orang (11%), bekerja sebagai pegawai swasta/negeri sebanyak 38 orang (38%), berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 37 orang (37%), berprofesi sebagai wirausaha sebanyak 11 orang (11%), dan berprofesi sebagai lain-lain sebanyak 3 orang (3%).

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji validitas dari aitem skala penelitian. Kriteria dari aitem dapat dikatakan valid adalah sebagai berikut :

- Jika nilai koefisien korelasi (R_{hitung}) lebih besar dari R_{tabel} maka dikatakan valid.
- Jika nilai koefisien korelasi (R_{hitung}) lebih kecil dari R_{tabel} maka dikatakan tidak valid.

Hasil uji validitas yang dilakukan bahwa nilai keseluruhan r_{hitung} dari aitem variabel X1, X2, X3, dan Y berada diatas r_{tabel} (0,257). Sehingga dapat dikatakan bahwa aitem skala word of mouth (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y), dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

Variabel	Item Variabel	R hitung	R.Tabel	Keterangan
Word of Mouth	X1.1	0,896	0,257	Valid
	X1.2	0,931	0,257	Valid
	X1.3	0,902	0,257	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,809	0,257	Valid
	X2.2	0,742	0,257	Valid
	X2.3	0,722	0,257	Valid
	X2.4	0,740	0,257	Valid
	X2.5	0,755	0,257	Valid
Harga	X3.1	0,766	0,257	Valid
	X3.2	0,802	0,257	Valid
	X3.3	0,695	0,257	Valid
	X3.4	0,787	0,257	Valid
	X3.5	0,822	0,257	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,729	0,257	Valid
	Y.2	0,720	0,257	Valid
	Y.3	0,727	0,257	Valid
	Y.4	0,759	0,257	Valid

Hasil Uji Kualitas Data

2. Uji Reliabilitas

Sebuah skala penelitian dapat dikatakan reliabel ketika memiliki respon yang sama dari partisipan dari satu waktu ke waktu lainnya. Uji Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *alpha cronbach* dengan kriteria sebagai berikut :

- Kuesioner dapat dinyatakan reliabel ketika nilai *alpha Cronbach* $> 0,60$
- Kuesioner tidak dapat dinyatakan reliabel ketika nilai *alpha Cronbach* $< 0,60$

Variabel	N	Cronbach		Keterangan
		Alpha	Nilai Kritis	
Word of Mouth	3	0,893	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	5	0,802	0,6	Reliabel
Harga	5	0,833	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	4	0,704	0,6	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan kuesioner *word of mouth* memiliki nilai *alpha Cronbach* $\alpha = 0,89$, selanjutnya kuesioner kualitas produk memiliki nilai *alpha Cronbach* $\alpha = 0,80$. Kuesioner Harga mendapatkan skor *alpha Cronbach* sebesar $\alpha = 0,83$, dan kuesioner keputusan pembelian mendapatkan nilai *alpha Cronbach* $\alpha = 0,70$. Adapun seluruh skor *alpha Cronbach* dari kuesioner memenuhi kriteria $> 0,60$, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh skala reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual data penelitian terdistribusi secara normal sebagai salah satu kriteria asumsi uji regresi linear berganda. Adapun kriteria uji normalitas adalah ketika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa residual data telah terdistribusi secara normal sedangkan ketika nilai signifikansi $< 0,05$ maka residual data dapat dikatakan tidak terdistribusi secara normal.

Bedasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka ditentukan nilai $\text{sig} = 0,200$ yang berarti telah melebihi kriteria $> 0,05$. Sehingga berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat dikatakan bahwa data penelitian telah terdistribusi secara normal.

		Unstandardized Residual
N		100,00
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,00
	Std. Deviation	1,31
Most Extreme Differences	Absolute	0,07
	Positive	0,03
	Negative	-0,07
Test Statistic		0,07
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Hasil Uji Asumsi Klasik

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan atau *multicolinearity* diantara variabel indenpenden. Adapun uji multikolinearitas dilakukan ketika variabel independent penelitian memiliki jumlah lebih dari satu. Adapun kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas diantara variabel independen adalah sebagai berikut :

- Jika memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$
- Jika memiliki nilai VIF < 10

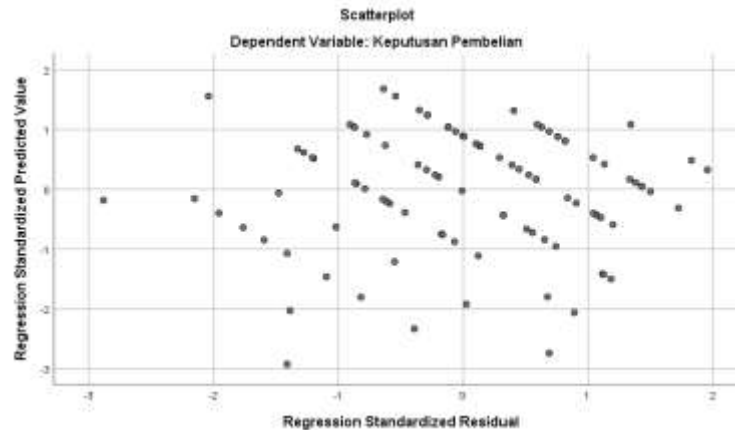
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	Word of Mouth	0,846
	Kualitas Produk	0,733
	Harga	0,648
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian		

Bedasarkarkan hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan maka ditemukan bahwa kriteria *tolerance* $> 0,1$ dan VIF < 10 telah terpenuhi sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikoliniearitas diantara vartibel independent. Maka dapat dinyatakan pula bahwa asumsi multikolineaitas telah terpenuhi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat kesamaan varian antara residual penelitian satu dengan residual penelitian lainnya. Apabila terjadi kesamaan maka dapat dikatakan bahwa residual data bersifat homokedastisitas, sedangkan ketika tidak ada kesamaan maka dapat dikatakan bahwa residual data penelitian bersifat heterokedastisitas. Adapun asumsi yang diinginkan dalam uji regresi linear berganda adalah heterokedastisitas.



Uji heterokedastisitas dengan menggunakan tehnik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terjadi kesamaan diantara varian residual penelitian dan tiap titik tersebar secara acak diatas dan dibawah titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu yang bermakna. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa residual data penelitian memenuhi heterokedastisitas dan uji asumsi terpenuhi.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,488	1,676		2,677	0,009
	Word of Mouth	0,221	0,103	0,184	2,145	0,035
	Kualitas Produk	0,299	0,064	0,428	4,650	0,000
	Harga	0,170	0,086	0,195	1,990	0,049

Hasil uji analisis regresi linear berganda, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,558 + 0,221X_1 + 0,299X_2 + 0,170X_3 + e$$

Bedasarkan persamaan regresi diatas, maka didapatkan beberapa kesimpulan berikut:

- Nilai konstanta dari keputusan pembelian adalah 4,558, sehingga apabila nilai dari *word of mouth*, harga, dan kualitas produk adalah 0, maka didapatkan nilai dari keputusan pembelian adalah 4,558.
- Koefisien regresi dari *word of mouth* adalah 0,221, sehingga apabila nilai *word of mouth* adalah 1, maka dapat ditentukan terdapat peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,221.
- Koefisien regresi dari kualitas produk adalah 0,229, sehingga apabila nilai kualitas produk adalah 1, maka dapat ditentukan terdapat peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,229.
- Koefisien regresi dari Harga adalah 0,170, sehingga apabila nilai *word of mouth* adalah 1, maka dapat ditentukan terdapat peningkatan Harga sebesar 0,170.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menentukan apakah masing-masing variabel independen dapat berpengaruh secara signifikan kepada variabel dependen dengan asumsi variabel lain bersifat konstant. Berikut kriteria untuk variabel dapat dikatakan secara signifikan sebagai berikut:

- Jika nilai $T_{hitung} > T_{Tabel}$ dan signifikansi yang didapatkan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dimana dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan kepada variabel independent.
- Jika nilai $T_{hitung} < T_{Tabel}$ dan signifikansi yang didapatkan $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, dimana dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan kepada variabel independent.

Dari tabel uji T disamping, maka didapatkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebagai berikut :

- *Word of mouth* memiliki nilai T_{hitung} ($t = 2,145$) $> T_{Tabel}$ ($t = 1,660$) dan nilai signikansi $0,035 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa *word of mouth* dapat berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian.
- Kualitas Produk memiliki nilai T_{hitung} ($t = 4,650$) $> T_{Tabel}$ ($t = 1,660$) dan nilai signikansi $0,001 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk dapat berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian.
- Harga memiliki nilai nilai T_{hitung} ($t = 1,990$) $> T_{Tabel}$ ($t = 1,660$) dan nilai signikansi $0,049 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa Harga dapat berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,488	1,676		2,677	0,009
	Word of Mouth	0,221	0,103	0,184	2,145	0,035
	Kualitas Produk	0,299	0,064	0,428	4,650	0,000
	Harga	0,170	0,086	0,195	1,990	0,049

Hasil Uji Hipotesis

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menentukan apakah secara simultan, seluruh variabel dependen dapat berpengaruh secara signifikan kepada variabel independen. Berikut kriteria agar seluruh variabel dependen secara simultan dapat berpengaruh kepada variabel dependen sebagai berikut :

- Jika signifikansi yang didapatkan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dimana dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan kepada variabel independent.
- Jika signifikansi yang didapatkan $< 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, dimana dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan kepada variabel independent.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115,102	3	38,367	21,573	.000 ^b
	Residual	170,738	96	1,779		
	Total	285,840	99			

Bedasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai F hitung sebesar 21,573 dengan nilai signifikansi 0,001, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen yang terdiri dari *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan dapat berpengaruh secara signifikan kepada variabel independent Keputusan Pembelian.

Hasil Uji Hipotesis

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	0,403	0,384	1,334

Hasil uji koefisien Determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,384. Sehingga dapat ditentukan kontribusi yang diberikan *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga kepada Keputusan pembelian sebesar 38,4%. Adapun dapat dikatakan sebanyak 61,6% dari Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga.

Presentase Jawaban Kuisisioner

Pada Variabel *Word of Mouth* sampel menjawab no.1 dengan mayoritas setuju (56%) dan minoritas menjawab tidak setuju (1%), no. 2 dengan mayoritas setuju (44%) dan minoritas menjawab tidak setuju (1%), dan no. 3 dengan mayoritas setuju (47%) dan minoritas menjawab netral (17%). Selanjutnya pada variabel kualitas produk sampel menjawab no. 1 dengan mayoritas setuju (43%) dan minoritas menjawab tidak setuju (1%), no. 2 dengan mayoritas setuju (40%) dan minoritas menjawab tidak setuju (2%), no. 3 dengan mayoritas setuju (46%) dan minoritas menjawab Sangat tidak setuju (1%), no. 4 dengan mayoritas setuju (35%) dan minoritas menjawab tidak setuju (1%), dan no. 5 dengan mayoritas setuju (46%) dan minoritas menjawab tidak setuju (3%). Selanjutnya pada variabel harga Hasil ini juga didukung oleh jawaban sampel menjawab no.1 dengan mayoritas sangat setuju (52%) dan minoritas menjawab Netral (12%), no.2 dengan mayoritas setuju (52%) dan minoritas menjawab netral (9%), no.3 dengan mayoritas sangat setuju (46%) dan minoritas menjawab tidak setuju (2%), no.4 dengan mayoritas sangat setuju (38%) dan minoritas menjawab tidak setuju (2%), dan no.5 dengan mayoritas setuju (51%) dan minoritas menjawab netral (19%). Lalu, pada variabel Keputusan Pembelian Sampel menjawab no. 1 dengan mayoritas setuju (48%) dan minoritas menjawab netral (16%), no. 2 dengan mayoritas setuju (50%) dan minoritas menjawab tidak setuju (2%), no. 3 dengan mayoritas setuju (49%) dan minoritas menjawab netral (15%), dan no. 4 dengan mayoritas sangat setuju (53%) dan minoritas menjawab tidak snetral (10%).

Variabel	No.	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
Word Of Mouth	1	0,00%	1,00%	9,00%	56,00%	34,00%	100%
	2	0,00%	1,00%	15,00%	44,00%	40,00%	100%
	3	0,00%	0,00%	17,00%	47,00%	36,00%	100%
Kualitas Produk		1,00%	1,00%	17,00%	43,00%	38,00%	
	1						100%
	2	0,00%	2,00%	24,00%	40,00%	34,00%	100%
	3	1,00%	6,00%	23,00%	46,00%	24,00%	100%
Harga	4	0,00%	1,00%	18,00%	35,00%	46,00%	100%
	5	0,00%	3,00%	15,00%	46,00%	36,00%	100%
	1	0,00%	0,00%	12,00%	36,00%	52,00%	100%
	2	0,00%	0,00%	9,00%	52,00%	39,00%	100%
	3	0,00%	0,00%	8,00%	46,00%	46,00%	100%
Keputusan Pembelian	4	0,00%	2,00%	24,00%	36,00%	38,00%	100%
	5	0,00%	0,00%	19,00%	51,00%	30,00%	100%
			0,00%	16,00%	48,00%	36,00%	
	1	0,00%					100%
	2	0,00%	2,00%	12,00%	50,00%	36,00%	100%
	3	0,00%	0,00%	15,00%	49,00%	36,00%	100%
	4	0,00%	0,00%	10,00%	37,00%	53,00%	100%

Penutup

Bedasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ataupun simultan, *word of mouth*, kualitas produk, dan harga dapat berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian dari konsumen Mie Gacoan Sidoarjo. Kesimpulan tersebut membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti terbukti benar sehingga hipotesis penelitian dapat diterima.



**SEKIAN
TERIMAKASIH**