

**PERAN WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI KEINGINAN KONSUMEN
PADA PEMBELIAN PRODUK GEPREK DI RUMAH MAKAN
SEDAYU FRIED CHICKEN (SFC) SEDAYULAWAS**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Oleh :

Moh. Ihsan Fachry

2101010192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
2025**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Word of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian produk geprek di Rumah Makan Sedayu Fried Chicken (SFC) Sedayulawas, dengan keinginan konsumen sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis *explanatory research* dan desain survei. Sampel penelitian terdiri dari 70 konsumen SFC Sedayulawas yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan uji mediasi (uji Sobel) dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan konsumen. (3) Keinginan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Keinginan konsumen berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *Word of Mouth* (WOM) dan keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa WOM tidak hanya secara langsung memengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga secara signifikan memengaruhi pembelian melalui peningkatan keinginan konsumen.

Kontribusi penelitian ini adalah memperkaya literatur manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks perilaku konsumen dan peran mediasi. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen SFC untuk mengoptimalkan WOM positif guna meningkatkan keinginan dan keputusan pembelian konsumen, serta menjadi masukan bagi konsumen dan pemerintah desa dalam mendukung keberlanjutan UMKM lokal.

Kata Kunci: *Word of Mouth* (WOM), Keinginan Konsumen, Keputusan Pembelian, Mediasi, Sedayu Fried Chicken (SFC).

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Word of Mouth (WOM) on purchasing decisions for geprek products at Sedayu Fried Chicken (SFC) Sedayulawas Restaurant, with consumer desire as a mediating variable. A quantitative approach was used in this study with an explanatory research type and survey design. The research sample consisted of 70 consumers of SFC Sedayulawas who were selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple regression analysis and mediation test (Sobel test) with the help of SPSS software.

The results showed that: (1) Word of Mouth (WOM) has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Word of Mouth (WOM) has a positive and significant effect on consumer desires. (3) Consumer desires have a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Consumer desire acts as a partial mediator in the relationship between Word of Mouth (WOM) and purchasing decisions. These findings indicate that WOM not only directly affects purchasing decisions, but also significantly affects purchases through increasing consumer desire.

The contribution of this research is to enrich the marketing management literature, especially in the context of consumer behavior and the role of mediation. Practically, the results of this study provide strategic recommendations for SFC management to optimize positive WOM to increase consumer desire and purchase decisions, as well as input for consumers and village governments in supporting the sustainability of local MSMEs.

Keywords: *Word of Mouth (WOM), Consumer Desire, Purchase Decision, Mediation, Sedayu Fried Chicken (SFC).*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah robil “aalamiin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran WOM (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Keinginan Konsumen Pada Pembelian Produk Geprek Di Rumah Makan Sedayu Fried Chicken (SFC) Sedayulawas”. Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada Program Studi Strata-1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi yang sederhana ini tidak akan pernah sampai terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof Dr. Abdul Aziz Alimul Hidayat, S. Kep., Ns., M. Kes. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Lamongan.
2. Bapak Suyitno, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.
3. Ibu Dr. Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.
4. Ibu Dr. Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M. selaku pembimbing 1 (satu) yang telah banyak membantu dan mengarahkan peneliti dengan kesabaran, ketelatenan dan

keikhlasan akan waktu dan tenaga beliau dalam membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.

5. Bapak Suyitno, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang juga telah banyak membantu dalam memberikan saran dan arahan dalam perbaikan proposal penelitian ini.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan Kampus 2 (dua) yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan sehingga saya menjadi manusia yang terdidik dan menjadi insan yang senantiasa siap menghadapi segala tantangan zaman.
7. Kepada Owner dan staff karyawan Sedayu Fried Chicken (SFC) yang telah memberikan izin serta bantuan yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Teruntuk kedua orang tua saya Bapak Fatkhur Rohman dan Ibu Heriyati serta adik saya Jihan Nur Rohmah yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, nasehat, serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
9. Mahasiswa/i Manajemen Angkatan 21 terutama di kampus 2 (dua) yang selalu mendukung, berbagi ilmu dan pengalaman, selama di bangku kuliah yang telah menjadi saksi dalam perjalanan perkuliahan penulis.
10. Irsyadun Niattan Wirul Kholis, Fajrul Islam Arromadhoni, dan pemilik NIM 2203010097 Yang telah menemani, memberikan dukungan, berbagi ilmu kepada penulis untuk mengerjakan skripsi ini hingga dapat menyelesaikan

penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Semoga kalian sehat selalu dan panjang umur.

11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu melewati berbagai rintangan (rasa malas) dan bertahan untuk tetap ada niatan dan menyelesaikan penulisan tugas akhir ini (skripsi).

Akhir kata semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan keberkahan-Nya atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis berharap saran dan kritik yang membangun dari semua pihak supaya menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak khususnya penulis.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH..	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
INTISARI.....	2
ABSTRACT	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	Error! Bookmark not defined.
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian WOM (<i>Word Of Mouth</i>)	Error! Bookmark not defined.
2. Pengertian Keinginan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3. Pengertian Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (WOM) terhadap Keinginan Konsumen	Error! Bookmark not defined.

2.	Pengaruh Keinginan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian..	Error! Bookmark not defined.
3.	Pengaruh WOM terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Keinginan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
D.	Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
E.	Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.	Populasi	Error! Bookmark not defined.
2.	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Jenis Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E.	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
G.	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
H.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
I.	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
J.	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV		Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Deskripsi Data.....	Error! Bookmark not defined.
C.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Validitas Variabel X.....	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Validitas Variabel M.....	Error! Bookmark not defined.

c.	Uji Validitas Variabel Y.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
b.	Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
c.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.	Hasil Uji Path Analisis	Error! Bookmark not defined.
a.	Path Analisis I.....	Error! Bookmark not defined.
b.	Path Analisis II	Error! Bookmark not defined.
5.	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
a.	Hasil Uji Parsial (t)	Error! Bookmark not defined.
b.	Hasil Uji Simultan (f)	Error! Bookmark not defined.
c.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
d.	Hasil Uji Sobel.....	Error! Bookmark not defined.
E.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
1.	WOM berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.	WOM berpengaruh signifikan terhadap Keinginan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Keinginan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.	WOM berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Keinginan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B.	Implikasi.....	Error! Bookmark not defined.

C. Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Instrument Skala Likert.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.....	51
Tabel 4.3 Tabulasi Angket Responden X1	52
Tabel 4.4 Tabulasi Angket Responden X2	53
Tabel 4.5 Tabulasi Angket Responden X3	53
Tabel 4.6 Tabulasi Angket Responden X4	54
Tabel 4.7 Tabulasi Angket Responden M5.....	55
Tabel 4.8 Tabulasi Angket Responden M6.....	56
Tabel 4.9 Tabulasi Angket Responden M7.....	56
Tabel 4.10 Tabulasi Angket Responden Y8	57
Tabel 4.11 Tabulasi Angket Responden Y9	58
Tabel 4.12 Tabulasi Angket Responden Y10	59
Tabel 4.13 Tabulasi Angket Responden Y11	59
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	60
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keinginan Konsumen (M)	61
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y1)	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.18 Path Analis I.....	67
Tabel 4.19 Path Analis II	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi	72

Tabel 4.22 Hasil Uji Sobel.....	75
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Reabilitas Variabel (X1)	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Reabilitas Variabel (M)	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Reabilitas Variabel (Y1)	64
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Variabel.....	65
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Gambar 4.6 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	69
Gambar 4.7 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Format Kuesioner	91
Lampiran 2 Hasil Karakteristik Responden	95
Lampiran 3 Daftar Identitas Responden	96
Lampiran 4 Tabulasi Data Hasil Kuesioner	98
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	107
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 8 Uji Hipotesis	110
Lampiran 9 R Tabel	112
Lampiran 10 T tabel	113
Lampiran 11 Dokumentasi	114
Lampiran 12 Dokumentasi	115
Lampiran 13 Hasil Turnitin	116
Lampiran 14 Jadwal Kegiatan	117