

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN  
*FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER***



**Oleh:**

**DEDY PUTRO NUGROHO**

**NPM : 16.1.02.10600**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN  
*FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER***



**Oleh:**  
**DEDY PUTRO NUGROHO**  
**NPM : 16.1.02.10600**

**Program Studi : Manajemen**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**  
**SURABAYA**  
**2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN  
*FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER***

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan**



**Oleh :  
DEDY PUTRO NUGROHO  
NPM : 16.1.02.10600**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
STIESIA SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)*  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN  
*FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER***

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**DEDY PUTRO NUGROHO**

NPM : 16.1.02.10600

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal 16 Maret 2024

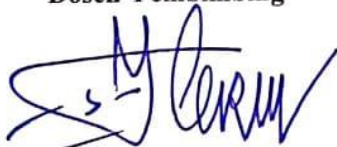
Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.  
Anggota : 1. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.  
2. Dr. Heru Suprihhadi, S.E., M.S., CPM.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Heru Suprihhadi, S.E., M.S., CPM.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Suwitho, M.Si.



Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **DEDY PUTRO NUGROHO**

N.P.M : 16.1.02.10600

menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN *WORD OF MOUTH (WOM)*  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN  
*FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER***

Diajukan untuk diuji pada tanggal 16 Maret 2024, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan karya orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 16 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,

  
Dedy putro Nugroho

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Dedy Putro Nugroho  
NPM : 16.1.02.10600  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 17 Desember 1996  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 3/1  
Alamat Rumah : Jalan Gadung 1 No.4 Surabaya  
Status : Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Sri Suratmi  
Alamat Rumah : Jalan Pakis Tirtosari 7 / 2C Surabaya  
Alamat Kantor : -

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

Tamat SD : SDN PAKIS 1  
Tamat SMP : SMP GIKI-2 Surabaya  
Tamat SMA : SMA BUDI SEJATI Surabaya  
Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)	Jalan Menur Pumpungan no 30 Surabaya	1 – 14	2016 – 2023	PERNAH CUTI 1,5 TAHUN

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat	Jabatan
2016 – 2023	CV. Sego Njamoer	-	Staff Marketing

Dibuat dengan sebenarnya

Dedy Putro Nugroho

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, serta shalawat dan Salam senantiasa ditujukan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, karena atas hidayat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PERUSAHAAN FNB (FOOD AND BEVERAGE) CV. SEGO NJAMOER”**

Skripsi disusun sebagai salah satu persyaratan akademik pada program strata satu (S1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang ada pada penulisan skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan, dorongan semangat serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Walaupun tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu, tenaga dan kesabarannya untuk membimbing serta memberikan saran, nasihat, motivasi, dukungan dan arahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M. selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa pengerjaan skripsi.
4. Dr. Suwitho, M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian.
5. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staf karyawan akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah banyak membantu serta membimbing selama saya menjalani proses perkuliahan.

6. Pimpinan saya yaitu Bapak Mahendra Ega Higuitta & Bapak Rizki Aris Yunianto yang selalu mendoakan saya dan mendukung saya untuk bimbingan pada saat jam kerja agar skripsi ini dapat selesai.
7. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Saijo dan Ibu Sri Suratmi telah memberikan nasehat, dan doa yang tiada henti-hentinya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga setelah selesai menyusun skripsi ini saya bisa membahagiakan dan membanggakan bapak dan ibu.
8. Purwitasari Yusuf dan Fitra Rachmad Dinata terima kasih telah memberikan dorongan semangat yang tinggi, mendukung dan memberikan bantuan moril dan materiil, serta doa selama pengerjaan hingga terselesainya studi ini.
9. Seluruh teman kelas SMX-1 yang telah menjadi sahabat terhebat selama kegiatan perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya serta turut memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan seluruh civitas akademika yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak hal yang masih belum sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca dan semua pihak demi kesempurnaan skripsi yang penulis buat, sehingga dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi semua pihak sebagaimana mestinya.

Surabaya, 27 Oktober 2023

Dedy Putro Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	7
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	7
1.4.3 Kontribusi Kebijakan .....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1 Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	11
2.2 <i>Word of Mouth</i> (WoM).....	24
2.2.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> (WoM) .....	24
2.2.2 Menciptakan <i>Word of Mouth</i> (WoM) .....	26
2.2.3 Pengukuran <i>Word of Mouth</i> (WoM) .....	27
2.3 Minat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	28
2.3.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	28
2.4 Penelitian Terdahulu .....	29
2.5 Kerangka Pemikiran .....	31
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.6.1 Pengaruh Produk terhadap Minat Beli Ulang .....	32

2.6.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang .....	32
2.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Ulang .....	33
2.6.4 Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang .....	34
2.6.5 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang .....	34
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	36
3.1.1 Jenis Penelitian .....	36
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian .....	36
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	37
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.2.3 Karakteristik Responden .....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Jenis Data .....	39
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.4.1 Variabel.....	41
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.6 Teknik Analisa Data .....	47
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	48
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.4 Uji Kelayakan Model.....	50
3.6.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	51
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.2 Deskripsi Responden .....	57
4.2.1 Usia Responden.....	57
4.2.2 Jenis Kelamin Responden .....	58
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	58
4.2.4 Penghasilan Responden.....	59
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	60
4.3.1 Uji Validitas .....	60
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	65
4.4 Analisis Data .....	66

4.4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	66
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.4 Hasil Uji Kelayakan Model.....	75
4.4.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	77
<b>BAB 5 : KESIMPULAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 Simpulan .....	84
5.2 Keterbatasan .....	85
5.3 Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>



## DAFTAR TABEL

### Tabel

1	Usia Responden.....	57
2	Jenis Kelamin Responden .....	58
3	Pekerjaan Responden .....	59
4	Penghasilan Responden.....	60
5	Hasil Uji Validitas Produk.....	61
6	Hasil Uji Validitas Harga .....	61
7	Hasil Uji Validitas Promosi .....	62
8	Hasil Uji Validitas Lokasi.....	63
9	Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (WoM).....	63
10	Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	64
11	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
12	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
14	Hasil Uji Normalitas .....	71
15	Hasil Uji Multikolinieritas .....	73
16	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	75
17	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76
18	Hasil Uji t .....	77

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1	Kerangka Konseptual.....	31
2	Grafik Normal P- P Plot.....	72
3	Grafik Scatterplot .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1	Kuesioner Penelitian .....	90
2	Data Responden.....	111
3	Tabulasi Jawaban Responden .....	115
4	Hasil Output SPSS.....	138



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran dan *word of mouth (wom)* terhadap minat beli ulang pada konsumen CV. Sego Njamoer.

Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dimana sampel yang diambil tidak acak yang informasinya diperoleh dengan kriteria tertentu yaitu konsumen Sego Njamoer yang pernah membeli produk Sego Njamoer dan konsumen yang pernah mengklaim promo yang ditawarkan. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *lamesshow* dan didapatkan sebanyak 100 responden. Teknis analisis data yang digunakan adalah uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi liner berganda, uji kelayakan mode (*goodness of fit*), analisis koefisien determinasi serta uji t sebagai pengujian hipotesis yang diolah dengan bantuan program SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan menggunakan uji t, diketahui bahwa variabel produk dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, dan variabel harga, promosi dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Sego Njamoer. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penawaran harga, promosi dan *word of mouth* maka minat beli ulang konsumen untuk membeli produk Sego Njamoer akan meningkat.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Word Of Mouth*, Minat Beli Ulang.

## **ABSTRACT**

This research aimed to find out the effect of marketing mix and Word of Mouth (WoM) on the consumers' repurchasing Interest at CV. Sego Njamoer.

The data collection method used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. The sample was customers of Sego Njamoer who had purchased Sego Njamoer products and consumers who had claimed the promo that was offered. Furthermore, the instrument in the data collection technique was a questionnaire with the Lameshow formula. The questionnaires were distributed to 100 respondents. Additionally, the data analysis technique used a reliability test, validity test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, goodness of fit, determination of coefficient analysis also t-test as the hypothesis was managed by the SPSS 25 version.

The result, from the t-test, indicated that both product and location did not affect the customers' repurchasing Interest at CV. Sego Njamoer. On the other hand, price, promotion, and Word of Mouth had a significant effect on the consumers' repurchasing Interest at CV. Sego Njamoer. In other words, the better the price offers, promotions, and Word of Mouth were, the higher the consumers' repurchasing at CV. Sego Njamoer would be.

Keywords: marketing mix, word of mouth, repurchasing interest.