

SKRIPSI

PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN DI KENJERAN SURABAYA



Oleh :

OKKYRIO SRI BINTANG SETIAWAN

NBI : 1212000160

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN
DI KENJERAN SURABAYA**



DI AJUKAN OLEH :

Okkyrio Sri Bintang Setiawan

NBI : 1212000160

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAPKEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN DI KENJERAN
SURABAYA**

SKRIPSI

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

Okkyrio Sri Bintang Setiawan

NBI: 1212000160

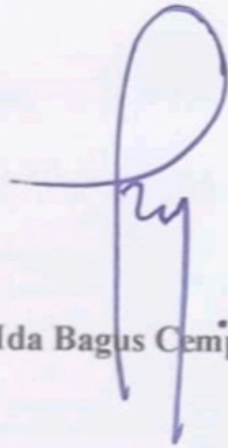
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Okkyrio Sri Bintang Setiawan
NBI : 1212000160
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-WOM*, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan di Kenjeran Surabaya

Surabaya, 20 Desember 2023
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Ida Bagus Cempena, MM

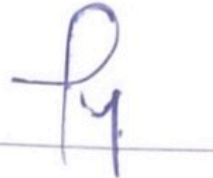
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelas Sarjana Ekonomi pada tanggal 05 Januari 2024

TIM PENGUJI :

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM

- Ketua



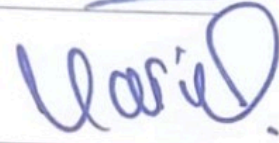
2. Drs. Ec. Istiono, MBA

- Anggota



3. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM

- Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220930319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Okkyrio Sri Bintang Setiawan
2. NBI : 1212000160
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3515070810010007
6. Alamat Rumah : Raya Candi Sayang no. 27 Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN DI KENJERAN SURABAYA”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain, baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 20 Desember 2023



Okkyrio Sri Bintang Setiawan



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Telp. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Okkyrio SriBintang Setiawan
NBI/NPM : 1212000160
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**“PENGARUH E-WOM, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ANGGARAN DI KENJERAN SURABAYA”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 24 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Okkyrio SriBintang Setiawan)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil' alamin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian serta penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Adapun judul dari penelitian tugas akhir ini adalah "Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan konsumen Angkringan di Kenjeran Surabaya". Tugas akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan yang diberikan oleh banyak pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak bersangkutan sebagai berikut.

1. Bapak Dr. Ida Bagus Cempana M.M. selaku pembimbing tugas akhir atas bimbingan, masukan, dukungan, ilmu, dan waktu yang diberikan selama proses pengerjaan tugas akhir.
2. Rekan-rekan Sahabat yang telah membantu saya selama proses pembuatan tugas akhir diantaranya yaitu :
 - a. Putri Anjeliana Permatasari
 - b. Wilfrida Maria Imelda
 - c. Muhammad Khafid (Sahabat Sma)
 - d. Mutiara Fatimah (Sahabat Sma)
3. Rekan-rekan teman rumah sakit:
 - a. Mas Dani Dilaga (Rs. Puskid Brimob Watukosek)
 - b. Mas Andre (Rs. Puskid Brimob Watukosek)
 - c. Bu Nunik (Rs. Puskid Brimob Watukosek)
 - d. Pak Imam (Rs. Puskid Brimob Watukosek)
 - e. Bu Qori (Rs. Puskid Brimob Watukosek) Dan Teman² Lainnya Di Rs Puskid Brimob Watukosek
4. Serta Orangtua dan keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan selama proses pembuatan tugas akhir

Ucapan rasa terima kasih juga tidak luput diberikan kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan, baik secara moral maupun finansial, sehingga tugas akhir dapat diselesaikan dengan baik. Penulis sangat berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik kepada penulis sendiri, maupun kepada para pembaca.

Surabaya, 20 Desember 2023



Okkyrio Sri Bintang Setiawan

MOTTO

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi Jangan menyerah”

(Joko Widodo)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah- lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa dengan yang kau impikan. Mungkin tidak akan berjalan lancar. Tetapi gelombang-gelombang itu yang nantinya bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Masa depan adalah mereka yang selalu percaya dengan impiannya dan jangan biarkan impianmu dijajah oleh pendapat orang lain”

ABSTRAK

“Pengaruh E-WOM, Persepsi Harga, Lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen pada angkringan di Kenjeran Surabaya”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah E-WOM, Persepsi Harga, Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada angkringan di Kenjeran Surabaya baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya. Dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS 23.

Hasil dari penelitian ini adalah E-WOM, Persepsi Harga, Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran Surabaya, E-WOM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran Surabaya, Persepsi Harga berpengaruh positif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya, Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya.

Kata Kunci: E-WOM, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

“The influence of E-WOM, price perception, location influences consumer satisfaction at angkringan in Kenjeran Surabaya”

This research aims to analyze whether E-WOM, price perception, location influence consumer satisfaction at angkringan in Kenjeran Surabaya, either partially or simultaneously. This research was conducted on consumers of Angkringan Kenjeran in Surabaya. With a total sample of 110 respondents collected using a questionnaire and the analysis techniques used were Validity Test, Reliability Test and Multiple Linear Regression with SPSS 23.

The results of this research are that E-WOM, Price Perception, Location simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran Surabaya, E-WOM has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran Surabaya, Price Perception has a positive effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya, Location has a significant positive effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya.

Keywords: E-WOM, Price Perception, Location, Consumer Satisfaction

RINGKASAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang bagus untuk dikembangkan di Indonesia, mengingat jumlah penduduk Indonesia yang mengalami pertumbuhan sehingga berdampak pada kebutuhan terhadap pangan yang juga meningkat. Peluang bisnis yang bagus tersebut juga dibarengi dengan tingkat persaingan antar pemilik usaha kuliner yang tinggi pula. Salah satu bentuk usaha kuliner yang terdapat di Indonesia adalah UMKM angkringan. Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Surabaya memiliki banyak UMKM angkringan yang tersebar di beberapa titik wilayahnya. Persaingan tidak luput terjadi di antara pemilik usaha angkringan. Umumnya, persaingan timbul dari segi harga serta lokasi angkringan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah lokasi, harga, dan E-WOM berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di angkringan di Kenjeran Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya. Dengan jumlah sampel 110 responden yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan SPSS 23. Waktu dari penelitian ini yaitu dari September- November 2023. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Hasil penelitian ini adalah E-WOM, Persepsi Harga, Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya. Uji t (Parsial) variabel E-WOM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya dengan nilai t ($1,105 < 1,983$) dengan tingkat signifikan $0,272 > 0,05$, maka H_0 diterima. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya dengan nilai t ($1,105 < 1,983$) dengan tingkat signifikan $0,272 > 0,05$, maka H_0 ditolak. Variabel Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Angkringan Kenjeran di Surabaya dengan nilai t ($3,104 > 1,983$) dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak.

SUMMARY

The culinary business is one of the businesses that has a good opportunity to be developed in Indonesia, considering that the population of Indonesia is experiencing growth, which has an impact on the need for food which is also increasing. This good business opportunity is also accompanied by a high level of competition between culinary business owners. One form of culinary business in Indonesia is the UMKM angkringan. As one of the big cities in Indonesia, Surabaya has many angkringan MSMEs spread across several points in its area. Competition does not escape among angkringan business owners. Generally, competition arises in terms of price and location of food stalls.

This research was conducted with the aim of finding out whether location, price and E-WOM influence consumer satisfaction at angkringan in Kenjeran Surabaya, either partially or simultaneously. This research was conducted on consumers of Angkringan Kenjeran in Surabaya. With a sample size of 110 respondents collected using a questionnaire and the analysis technique used was multiple linear regression with SPSS 23. The time of this research is from September-November 2023. This type of research is quantitative.

The results of this research are that E-WOM, Price Perception, Location simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya. The t test (Partial) of the E-WOM variable has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya with a t value ($1.105 < 1.983$) with a significant level of $0.272 > 0.05$, so H_0 is accepted. The Price Perception variable has a positive effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya with a t value ($1.105 < 1.983$) with a significant level of $0.272 > 0.05$, so H_0 is rejected. The location variable has a significant positive effect on consumer satisfaction at Angkringan Kenjeran in Surabaya with a t value ($3.104 > 1.983$) with a significance level of $0.002 < 0.05$, so H_0 is rejected.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	v
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RINGKASAN	xi
<i>SUMMARY</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Electronic word of mouth (E-Wom)	17
2.1.4 Persepsi Harga.....	19
2.1.5 Lokasi	21
2.1.6 Kepuasan konsumen.....	23

2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hubungan Antara Variable.....	30
2.3.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.4 E-WOM, Persepsi Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan	32
2.4 Kerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.3 Jenis dan Sumber data.....	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	39
3.6.1 Definisi Elektronik <i>Worth Of Mouth</i> (WOM)	39
3.6.2 Definisi Persepsi Harga.....	39
3.6.3 Definisi Lokasi	40
3.6.4 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	40
3.7 Proses Pengolahan Data	49
3.7.1 Uji Validitas	49
3.7.2 Uji Realibilitas.....	49
3.7.3 Uji Hipotesis.....	49
3.8 Metode Analisa Data.....	50

3.8.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.8.2 Analisis Kuantitatif	50
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Banyak Membeli	55
4.2.5 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	56
4.2.6 Deskripsi Berdasarkan Variabel E-WOM (X1)	57
4.2.7 Deskripsi Berdasarkan Variabel Persepsi Harga (X2)	58
4.2.8 Deskripsi Berdasarkan Variabel Lokasi (X3)	59
4.2.9 Deskripsi Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	60
4.3 Uji Instrumen	61
4.3.1 Uji Validitas	61
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	64
4.4 Teknik Pengujian Hipotesis	69
4.4.1 Uji T (Parsial).....	69
4.4.2 Uji F (Simultan)	70
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.5.1 Pengaruh E-WOM terhadap Kepuasan Konsumen	71
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.5.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.6 Implikasi Penelitian.....	73
4.7 Keterbatasan Penelitian	74

BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Konsumen Terkait Lokasi	3
Gambar 1.2 Komentar Konsumen Terkait Harga	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuisisioner.....	83
Lampiran. 2 Surat Ijin Penelitian	89
Lampiran. 3 Tabulasi Data.....	90
Lampiran. 4 Uji Deskriptif.....	110
Lampiran. 5 Uji Validitas.....	112
Lampiran. 6 Uji Reliabilitas	121
Lampiran. 7 Uji Normalitas	121
Lampiran. 8 Uji Multikolinearitas.....	122
Lampiran. 9 Uji Heteroskedasitas	122
Lampiran. 10 Analisis Regresi Linear Berganda	123
Lampiran. 11 Uji T (Parsial)	123
Lampiran. 12 Uji F (Simultan).....	124
Lampiran. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	124
Lampiran. 14 Kartu Bimbingan Skripsi	125
Lampiran. 15 Hasil Cek Plagiasi.....	126