

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY* DAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN RUMAH MAKAN LAMUN OMBAK KHATIB SULAIMAN PADANG)

**Yulya Putri Nirwana ¹⁾, Dahliana Kamener ²⁾, Reni Yuliviona ³⁾
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

E-mail: yulyaputrinirwanaa@gmail.com, dahlianakamener@bunghatta.ac.id, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Selera masyarakat yang semakin tinggi membuat masyarakat mempertimbangkan keputusan pembelian untuk memilih produk yang akan ia makan, masyarakat dengan gaya hidup sekarang cenderung lebih berhati-hati dalam memutuskan makanan apa yang akan mereka beli. Semakin tinggi selera masyarakat maka semakin tinggi pula kriteria mereka dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi.

Teori dalam penelitian ini adalah tentang keputusan pembelian, *service quality*, *food quality* dan *word of mouth communication*. keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli [1]. *Service quality* merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [2]. kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga [3]. *Word of mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa [4].

METODE

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden dilapangan. Sumber data merupakan data yang diperoleh langsung dari responden dengan metode *survey* yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sampel individu. Selain itu juga menggunakan data sekunder berupa data pelanggan yang berkunjung di rumah makan Lamun Ombak di Khatib Sulaiman Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah berkunjung di rumah makan Lamun Ombak di Khatib Sulaiman. Penentuan ukuran sampel dari populasi, Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 80 responden, dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Metode analisa data adalah *Structural Model Assesment* (SMA) menggunakan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat dilihat pada tabel 1 hasil dari penelitian ini yaitu :

Tabel 1
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

| | Original Sample | T Statistics | P Values | Ket |
|--|-----------------|--------------|----------|------------------|
| <i>Service quality</i> ->Keputusan pembelian konsumen | 0.148 | 1.261 | 0.208 | Tidak signifikan |
| <i>Food quality</i> -> keputusan pembelian konsumen | 0.243 | 2.001 | 0.046 | Signifikan |
| <i>Word of mouth communication</i> ->Loyalitas Pelanggan | 0.249 | 1.895 | 0.059 | Tidak signifikan |

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa *service quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang, *Food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang. *Word of mouth communication* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa *service quality* berpengaruh positif namun

tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang, Food quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang. *Word of mouth communication* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman.

Disarankan untuk perusahaan lebih meningkatkan lagi dari *service quality* dengan mempercepat penyajian atau dengan memahami apa yang diminta konsumen dikarenakan dari hasil yang telah didapat oleh peneliti *service quality* RM Lamun Ombak masih tergolong sangat tidak baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada saya sendiri dan pembimbing saya yaitu ibu Dahliana dan ibu Reni yang telah membimbing saya sampai saat ini, dan terimakasih untuk orang tua dan adik-adik saya yang telah menyemangati saya dan juga terimakasih untuk teman-teman semuanya yang telah membantu saya selama perkuliahan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler dan Armstrong. (2008). Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid I. In *Erlangga*.
- [2] Tjiptono, F. (2012). Product and Price Influence on Cars Purchase Intention in Malaysia. *Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS) A Peer-Reviewed Monthly Research Journal*.
- [3] Fiani, M., & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep ' S Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- [4] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing Management. In *Organization* (Vol. 22, Issue 4).