

# **PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA WISATA KULINER DI BANJARMASIN**

**Muhammad Rafliansyah<sup>1</sup>, Farida Yulianti<sup>2</sup>, Siti Mardah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, 19310817

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, 1121076901

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, 1127098301

Email: Rafliansyah010130@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian makanan pada wisata kuliner di Banjarmasin. 2) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial Lokasi terhadap Keputusan Pembelian makanan pada wisata kuliner di Banjarmasin. 3) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara simultan *Word of Mouth* (WOM) dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian makanan pada wisata kuliner di Banjarmasin. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode. Populasi penelitian ini adalah responden yang menjadi pelanggan wisata kuliner, teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan sampel penelitian 60 orang responden. Instrumen menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji F dan uji t dan uji diterminasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *Word of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian pelanggan pada wisata kuliner di Kota Banjarmasin. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada wisata kuliner di Kota Banjarmasin. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada variabel *Word of Mouth* (WOM) dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada wisata kuliner di Kota Banjarmasin.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian; Lokasi; Word Of Mouth

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ababil, Rega (2019) *Analisis Kualitas Produk, Word of Mouth, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee*. Skripsi- STIE Widya Gama Lumajang. Manajemen 2019,

Adi Pangersa Putra (2018) *Pelaksanaan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Clothing Proshop X-Wear Kota Bandung*. Skripsi- Universitas Pasundan Bandung, FISIP 2018,

- Aisyah, Maudina Putri. 2018 Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Restoran Warunk Upnormal Cinere), (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Alma, Buchari. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Anggono, A. J., dan Sunarti. (2018). Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, 61(3), 190-197.
- Ajat Rukajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Yogyakarta: Deepublish
- Ari Putra Utama, Ari (2023) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word of Mouth Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pondok Sate Ocu Iman Di Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar*. Skripsi- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial 2023,
- Asra, A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2016) Metode Penelitian Survei. Bogor: In Media.
- Azwar, S. (2015). Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta.
- Chandra, Aditya (2023) *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Habbatussauda Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia Hni-Hpai Di Halal Mart Business Center Medan 3)*. Skripsi- Universitas Sumatera Utara Medan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik 2023,
- Danang Sunyoto. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Dimiyati dan Mudjiono. 2016. Definisi Hasil Belajar. Bandung : Alfabeta.
- Eer Rosihan Anwar (2017) *Pengaruh Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Yang Melakukan Migrasi Dari Listrik Pascabayar Ke Listrik Prabayar Di Pt. Pln Rayon Indramayu Kabupaten Indramayu)*. Skripsi- Universitas Pasundan Bandung, FEB 2017,
- Enterprise, J. (2014). MySQL untuk Pemula. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.

- Fauzan, Nahwan Ahza (2020) Pengaruh *Word of Mouth* dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian I-Phone Di Kota Yogyakarta. Skripsi- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara Malang, Studi Manajemen 2020,
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fitzsimmons, James A., Mona J. Fitzsimmons, Sanjeev K. Bordoloi (2014), *Service Management*, 8 th Edition, New York: McGraw Hill.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Nur Afifa, (2016) *Pengaruh Word of Mouth (Wom) dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indah Bordir Sidoarjo*. Skripsi- UIN Sunan Ampel Surabaya, Dakwah dan Komunikasi 2016,
- Hidayati, Hosianna Ayu, dkk, 2015, Faktor-faktor yang membentuk komunikasi word of mouth dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, *Jurnal Manajemen Bisnis, Universitas Brawijaya Malang*. Vol. 3 No. 2 Hal. 1-8
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers
- J. Shultz, Philip William. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Edisi Revisi. Alih bahasa Buchari Alma. CV. Alfabeta. Bandung.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Penerbit salemba empat. Jakarta.
- Joko Widodo, *Etika Birokrasi Dalam Pelayanan Publik*, Citra, Malang, 2001.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Khasanah, Imroatul., 2013., Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang., *Jurnal Dinamika Manajemen.*, *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 4, No. 1, pp: 93-102.
- Kotler, Armstong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. *Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Pearson Education. Inc.
- Kuncoro, Mudrajad. 2015. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. 2014. "Retailing Management". Ninth Edition. McGraw-Hill Education. New York

Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori Dan Praktik. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta

Liem, Dudun Sanuri. Format: Thesis NonPeerReviewed Book. Bahasa: eng. Terbitan: 2018. Subjects: HB Economic Theory.

Ma'sumah, S. 2019. Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian (Cetakan 1 ed.). (M. Khusni, Ed.) Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia: CV. Rizquna.

Ma'arif, Syamsul dan Hendri Tanjung. 2013. Manajemen Operasi. Jakarta: PT. Grasindo

Marzuki. (2015). Metodologi Riset. Yogyakarta: Ekonisia

Mowen dan Minor dalam Puspita et al. 2016. Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth).

Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Mufti Ulil Azmi Ihwani (2013) Pengaruh *Word of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Santri Memilih Pondok Pasantren (Survey Pada Pondok Pasantren Anwar Futuhiyyah Yogyakarta). Skripsi- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Ilmu sosial dan Humaniora 2013,

Peter dan Olson. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. JOM Fisip, Vol. 4, No. 1.

Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama). CV Pustaka Setia.

Putri, Muliya Indah (2023) *Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Pendapat Terhadap Keputusan Pembelian Motor Bekas (Studi Kasus Konsumen Lapak Motor Pasarbatang Brebes, Jawa Tengah)*. Skripsi- IAIN PURWOKERTO, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2023,

Rakhmat, Jalaluddin, 2015. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Rambat Lupiyoadi, 2014, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.

Ravikawati, Cincin (2019) *Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Surabaya Expo*. Skripsi- Universitas Muhammadiyah Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2019,

- Riduwan. 2013. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2): 1102-1112.
- Sabrina, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Sunlight Cair Pada Konsumen Rumah Tangga di Kelurahan Helvetia Tengah Medan. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol.16, No.2.
- Setiaji, Wahyu (2019) *Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Pada Usaha Apotek Di Sekitar Rumah Sakit Pendidikan Universitas Muhammadiyah Malang. Undergraduate (S1) Thesis*, University of Muhammadiyah Malang.
- Siregar, Sofyan. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sitompul, Siti Choirunnisa (2020) *Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat)*. Skripsi- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Suteja, Wayan I, & Wahyuningsih, Sri. 2019. Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. Sekolah tinggi Pariwisata Mataram
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suharno & Yudi Sutarso. 2014. Marketing in Practice. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta.
- Suryani dan Hendryadi, Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasinya pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam, Jakarta: preadamedia group, 2015.
- Tjiptono, F. 2018, Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta
- Tousalwa, Carla, dan Victor R Pattipeilohy. "Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap MP di Kota Ambon." *Jurnal Nusamba*, 2, 1, (2017).

- Umi Narimawati. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Medi.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Warsono, sony. 2013. *Akuntansi Pengantar 1*. Yogyakarta:Penerbit Buku Akuntansi.
- Yogi Miftahudin, Yogi (2020) *Pengaruh Word of Mouth (Wom), Harga, Dan Advertising Terhadap Minat Berkunjung Ke Pantai Pulau Kodok Kota Tegal*. Skripsi Thesis, Universitas Pancasakti Tega

