

**SKRIPSI**

**PENGARUH LOKASI, *WORD OF MOUTH*, KUALITAS  
PELAYANAN DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
STARBUCKS PAKUWON SUPER MALL SURABAYA**



Oleh:

Erina Fujii  
201100058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA**

**"PENGARUH LOKASI, WORD OF MOUTH, KUALITAS  
PELAYANAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI STARBUCKS PAKUWON SUPER MALL  
SURABAYA"  
SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**OLEH:**

**ERINA FUJII**

**201100058**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Erina Fujii  
NPM : 201100058  
Fakultas : Ekonomi  
Prodi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Lokasi, Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya

Dosen Pembimbing

Tanggal : 31 Januari 2024



Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal : 31 Januari 2024



UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIA  
FAKULTAS EKONOMI  
PRODI MANAJEMEN PEMASARAN

Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.

# LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh Erina Fujii

Dengan NPM 201100058

Telah diuji pada 5 Februari 2024

dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.



Dr. Thyphoida W. S. Panjaitan, M.M.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH LOKASI, WORD OF MOUTH, KUALITAS PELAYANAN DAN  
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI STARBUCKS PAKUWON SUPERMALL SURABAYA**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Senin Tanggal 5 Bulan Februari Tahun 2024

Disusun oleh :

Nama : Erina Fujii

NPM : 201100058

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

1. Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

2. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

3. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erina Fujii  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran  
Alamat asli : Jl. Kebalen Timur No. 03  
No. Identitas (KTP/SIM) : 3578205511000005

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh Lokasi, *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya merupakan hasil karya saya sendiri yang belum dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para ppihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 26 Februari 2024

Hormat saya,



---

Erina Fujii

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Lokasi, Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya”**

Selama penyusunan skripsi ini peneliti menyadari terdapat banyak kendala yang peneliti alami. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

Romo Adrian Adirejo, S.T.L., M.A., S.Th.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya beserta jajarannya.

Ibu Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah membimbing penulis dalam masa perkuliahan.

Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika dan Dosen Pembimbing peneliti yang telah memberikan waktu dan dukungan serta bantuan yang diberikan kepada peneliti.

Ibu Prof. Dr. Maria Widyastuti M.M. selaku Ketua Penguji Skripsi yang telah memberikan banyak dukungan, saran dan pikiran untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

5. Ibu Citra Angraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji skripsi yang telah banyak memberikan dukungan, saran dan pikiran untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Eonomi khususnya Dosen program studi manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





selama perkuliahan bagi peneliti.

7. Keluarga yang telah memberikan dukungan secara finansial kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan baik.
8. Cynthia Maretha, Kei, Aris, Edith, dan teman – teman yang telah ikut membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Maka dari itu, peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar- besarnya atas doa dan dukungan dari mereka semua. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan dengan baik. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun dari berbagai pihak. Harapan peneliti semoga apa yang terkandung di dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penulisan .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Lokasi.....	12
2.1.1.1. Pengertian Lokasi.....	12
2.1.1.2. Indikator Lokasi .....	12
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i> .....	13
2.1.2.1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	13
2.1.2.2. Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.4 <i>Customer Relationship Management</i> .....	15
2.1.4.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	15
2.1.4.2. Indikator <i>Customer Relationship Management</i> .....	15
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	16

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/diagisi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut secara hukum dengan tidak menganggunya pihak lain.



2.2	Pengaruh Antar Variabel .....	17
2.2.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	17
2.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2.2.4	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	18
2.3	Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.1	Senggetang, et al. (2019) - Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado, dengan hasil penelitian sebagai berikut.....	19
2.3.2	Saputra dan I Gusti (2020) – Pengaruh <i>Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan</i> Kualitas Pelayanan, dengan hasil penelitian sebagai berikut.....	20
2.3.3	Rahayu (2018) – Pengaruh <i>Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap</i> Keputusan Pembelian Konsumen Pada <i>Imam Market Kisaran</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut .....	21
2.3.4	Landeng, et al. (2023) – Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan, dengan hasil penelitian sebagai berikut .....	22
2.4	Rerangka Pemikiran .....	24
2.5	Kerangka Konseptual .....	25
2.6	Hipotesis.....	26
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Objek Penelitian .....	27
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....	27
3.2.1	Pendekatan Penelitian.....	27
3.2.2	Sumber Data.....	28
3.3	Variabel Penelitian.....	28
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	29
3.4.1	Definisi Operasional Variabel Bebas .....	29
3.4.1.1	Lokasi (X1) .....	29
3.4.1.4	Customer Relationship Management.....	31
3.4.2	Definisi Operasional Variabel Terikat .....	31
3.5	Populasi dan Sampel .....	32
3.5.1	Populasi.....	32
3.5.2	Sampel.....	32

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan Undang-undang yang berlaku.



3.6.	Metode dan Teknik Analisa .....	33
3.6.1.	Metode Pengumpulan Data .....	33
3.6.2.	Teknik Analisa Data.....	34
3.6.3.	Analisis Statistik Deskriptif .....	34
3.6.4.	Analisis Data Kuantitatif .....	35
3.6.4.1.	Uji Validitas .....	35
3.6.4.3.	Uji Asumsi Klasik .....	36
3.6.4.4.	Analisis Regresi Berganda.....	37
3.6.4.6.	Uji Hipotesis.....	39
4.	HASIL PENELITIAN .....	41
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	43
4.2.1.	Berdasarkan Usia Responden .....	43
4.2.2.	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	43
4.2.3.	Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	44
4.2.4.	Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Responden .....	44
4.3.	Pembahasan dan Analisa Data.....	45
4.3.1.	Uji Validitas .....	45
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	46
4.3.3.	Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.3.3.1.	Nilai Rata – Rata Lokasi (X1).....	48
4.3.3.2.	Nilai Rata – Rata <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	49
4.3.3.3.	Nilai Rata – Rata Kualitas Pelayanan (X3).....	50
4.3.3.1.	Nilai Rata – Rata <i>Customer Relationship Management</i> (X4).....	52
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik .....	55
4.3.4.1.	Uji Normalitas .....	55
4.3.4.2.	Uji Multikolinearitas.....	56
4.3.4.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.3.5.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.3.6.	Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	59
4.3.7.	Uji Hipotesis.....	60
4.4.	Pembahasan .....	62

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian..... 62

4.4.2 Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian ..... 62

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ..... 63

4.4.4 Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Keputusan Pembelian.... 63

BAB 5 PENUTUP..... 65

5.1 Kesimpulan ..... 65

5.2 Saran ..... 66

5.2.1 Bagi Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya dan peneliti selanjutnya..... 66

DAFTAR PUSTAKA..... 39

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 .....	7
Tabel 2.1 .....	20
Tabel 2.2 .....	21
Tabel 2.3 .....	22
Tabel 2.4 .....	23
Tabel 3.1 .....	34
Tabel 3.2 .....	39
Tabel 4.1 .....	40
Tabel 4.2 .....	40
Tabel 4.3 .....	41
Tabel 4.4 .....	42
Tabel 4.5 .....	42
Tabel 4.6 .....	43
Tabel 4.7 .....	44
Tabel 4.8 .....	45
Tabel 4.9 .....	46
Tabel 4.10 .....	47
Tabel 4.11 .....	49
Tabel 4.12 .....	50
Tabel 4.13 .....	52
Tabel 4.14 .....	52
Tabel 4.15 .....	54
Tabel 4.16 .....	56
Tabel 4.17 .....	57

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan pengajaran di lingkungan universitas. Segala bentuk penyalangan atau penjiplakan dilarang. Dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	2
Gambar 1.2 .....	5
Gambar 1.3 .....	6
Gambar 2.1.....	24
Gambar 2.2.....	25
Gambar 4.1.....	41

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 .....	71
LAMPIRAN 2 .....	76
LAMPIRAN 3 .....	86
LAMPIRAN 4 .....	101
LAMPIRAN 5 .....	103
LAMPIRAN 6 .....	104
LAMPIRAN 7 .....	105
LAMPIRAN 8 .....	106
LAMPIRAN 9 .....	109
LAMPIRAN 10 .....	112

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penyalangan/pengalihan akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## ABSTRAK

Semakin berkembangnya zaman akan memberikan dampak pada terjadinya perubahan, baik dari segi pola pikir, kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Salah satu perubahan gaya hidup masyarakat terletak pada kegiatan keseharian masyarakat yang hampir tidak dapat dipisahkan dari mengkonsumsi kopi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah lokasi, *word of mouth*, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya. Sample penelitian adalah konsumen yang berusia diatas 17 tahun dan pernah membeli produk Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya minimal 1 kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 23. Hasil analisis data menunjukkan semua item pertanyaan masing – masing variabel dinyatakan valid dengan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sebesar 0.1689, semua variable dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0.60. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan seluruh variable berdistribusi normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah  $Y = -2.749 + 0.091 X_1 + 0.580 X_2 + 0.320 X_3 + 0.213 X_4$ . Besarnya pengaruh lokasi, *word of mouth*, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* terhadap keputusan pembelian di Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya berdasarkan *Adjusted R-Square* adalah 64,2% sehingga dinyatakan berpengaruh kuat. Hasil uji t menunjukkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan *word of mouth*, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Lokasi, Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management, dan Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

*The development of the times will have an impact on changes, both in terms of mindset, needs and lifestyle of the community. One of the changes in people's lifestyles lies in the daily activities of people who are almost inseparable from consuming coffee. The purpose of this study was to determine whether location, word of mouth, service quality and customer relationship management influence purchasing decisions at Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya. The research sample is consumers who are over 17 years old and have purchased Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya products at least once. The number of samples in this study were 96 respondents. The results of data analysis show that all question items for each variable are declared valid with  $r_{count} > r_{table}$  of 0.1689, all variables are declared reliable with a Cronbach's Alpha value  $> 0.60$ . The results of the classical assumption test show that all variables are normally distributed, there are no symptoms of multicollinearity and heteroscedasticity. The results of the multiple linear regression equation in this study are  $Y = -2.749 + 0.091 X_1 + 0.580 X_2 + 0.320 X_3 + 0.213 X_4$ . The magnitude of the influence of location, word of mouth, service quality and customer relationship management on purchasing decisions at Starbucks Pakuwon Super Mall Surabaya based on Adjusted R-Square is 64.2% so that it is stated to have a strong effect. The  $t$  test results show that location has no effect on purchasing decisions, while word of mouth, service quality and customer relationship management affect purchasing decisions.*

**Keywords:** *Location, Word Of Mouth, Service Quality, Customer Relationship Management, and Purchasing Decisions.*

