

**ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN CAFE NDALEM SIMBAH GONDANG  
NGANJUK**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :**  
**Cahya Illafi Rochmana Putra**

**18.1.02.02.0102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2022**

Skripsi oleh :

**CAHYA ILLAFI ROCHMANA PUTRA**  
NPM:18.1.02.02.0102

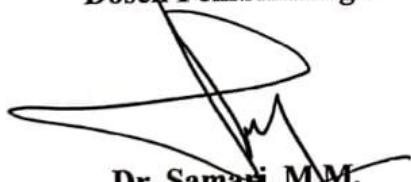
Judul :

**ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CAFE NDALEM SIMBAH**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 19 Juli 2022

**Dosen Pembimbing I**



Dr. Samari, M.M.  
NIDN. 0712026201

**Dosen Pembimbing II**



Rino Sardanto, M.Pd  
NIDN. 0730127403

**Skripsi oleh :**

**CAHYA ILLAFI ROCHMANA PUTRA**  
**NPM:18.1.02.02.0102**

**Judul :**

**ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CAFE NDALEM SIMBAH**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada Tanggal: 19 Juli 2022

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Ujian:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M
2. Pengaji 1 : Sigit Ratnanto, M.M
3. Pengaji 2 : Rino Sardanto, M.Pd



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Cahya Illafi Rochmana Putra  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk, 19 April 2000  
NPM : 18.1.02.02.0102  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 19 Juli 2022  
Yang Menyatakan



**CAHYA ILLAFI ROCHMANA PUTRA**  
**NPM: 18.1.02.02.0102**

## **MOTTO**

*Setinggi-tingginya kakimu berpijak, jangan merasa paling tinggi ilmunya.  
Sejauh-jauhnya kakimu melangkah, jangan merasa paling banyak  
pengalamannya. Lebih baik merasa tidak mengerti apa-apa.*

(Cahya Illafi Rochmana Putra)

Kupersembahkan karya ini untuk :

**Seluruh orang tercinta**

## ABSTRAK

**CAHYA ILLAFI ROCHMANA PUTRA :** Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Cafe* Ndalem Simbah Gondang Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci : Variasi, Pelayanan, WOM, Pembelian, *Cafe*

*Cafe* Ndalem Simbah adalah sebuah kedai kopi yang berlokasi di Kabupaten Nganjuk Kecamatan Gondang. Seperti kebanyakan kedai kopi lainnya, *cafe* Ndalem Simbah ini menyediakan berbagai macam minuman kopi sebagai menu andalannya. Dalam sebuah pengamatan peneliti menemukan beberapa masalah yang ada yaitum variasi produk, kualitas pelayanan dan word of mouth. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *cafe* Ndalem Simbah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Antara variasi produk, kualitas pelayanan dan wom terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas, dengan data primer yang disebar secara online kepada responden. Sampel dalam penelitian ini pengunjung *cafe* Ndalem Simbah, dengan total 40 Responden. Dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f, serta koefisien determinasi dengan bantuan program spss versi 23. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif kausalitas dan teknik pengumpulan data berdasarkan kuesioner, observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Skor, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Diperoleh hasil *word of mouth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0,784, namun variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0,012 dan 0,000. Sedangkan secara simultan variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan dengan nilai sig 0,000.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkah limpahan rahmat serta hidayahnya penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul “Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Cafe Ndalem Simbah*” ini ditulis guna memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Samari, M.M. selaku Dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah memberi semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun, guna kesempurnaan di masa mendatang dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 19 Juli 2022



**Cahya Illafi Rochmana Putra**  
NPM: 18.1.02.02.0102

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESEAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7

BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Keputusan Pembelian .....	10
2. Variasi Produk .....	11
3. Kualitas Pelayanan .....	13
4. <i>Word of Mouth</i> .....	16
B. Kajian hasil penelitian terdahulu.....	17
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Kerangka Konseptual .....	23
E. Hipotesis.....	24
BAB III : METODE PENELITIAN .....	25
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	25
1. Variabel Penelitian .....	25
2. Defenisi Operasional Variabel .....	26
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	28
1. Pendekatan penelitian.....	28
2. Teknik Penelitian.....	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
1. Tempat penelitian .....	29
2. Waktu Penelitian .....	30

D. Populasi dan Sampel .....	30
1. Populasi .....	30
2. Sampel .....	30
3. Teknik Sampling .....	31
E. Instrumen Penelitian.....	31
1. Pengembangan Instrumen Penelitian .....	31
2. Validitas dan Reliabilitas.....	32
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Sumber Data .....	35
2. Teknik pengumpulan data .....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Jenis Analisis Data .....	36
2. Uji Asumsi Klasik .....	37
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4. Pengujian Hipotesis .....	39
5. Uji Koefisien determinasi ( $r^2$ ) .....	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	41
1. Sejarah <i>Cafe Ndalem Simbah</i> .....	41
2. Lokasi Usaha .....	42

3. Struktur Organisasi.....	42
4. Deskripsi Data Responden .....	43
 B. Deskripsi Variabel.....	44
1. Deskripsi Variabel Bebas .....	44
2. Deskripsi Data Variabel Terikat.....	48
 C. Analisis Data Hasil Penelitian.....	50
1. Uji asumsi klasik .....	50
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3. Uji Koefisien Determinasi.....	56
 D. Uji Hipotesis .....	57
1. Uji t.....	57
2. Uji F simultan.....	59
 E. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	61
2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan .....	62
3. Pengaruh Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	63
 BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Implikasi.....	65
C. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN.....	70

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar <i>Cafe</i> Pada Kecamatan Gondang Tahun 2022 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	32
Tabel 3 3 Kisi-kisi Instrumental.....	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 3.6 Uji DW.....	38
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4 3 Distribusi Frekuensi Variabel Variasi Produk .....	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	47
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.10 Analisis Koefisien Determinasi .....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi <i>Cafe Ndalem Simbah</i> .....	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	53
Gambar 1 Observasi .....	98
Gambar 2 Wawancara .....	98

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian.....	70
Lampiran 2 : Data Penelitian Jenis Kelamin dan Usia.....	74
Lampiran 3 : Data Penlitian Keputusan Pembelian (Y).....	75
Lampiran 4 : Data Penelitian Variasi Produk (X1).....	76
Lampiran 5 : Data Penelitian Kualitas Pelayanan (X2) .....	77
Lampiran 6 : Data Penelitian <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	78
Lampiran 7 : Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	79
Lampiran 8 : Output Uji Validitas Variabel Variasi Produk (X1) .....	80
Lampiran 9 : Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	81
Lampiran 10 : Output Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	82
Lampiran 11 : Output Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	83
Lampiran 12 : Output Uji Reliabilitas Variabel Variasi Produksi (X1).....	83
Lampiran 13 : Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	83
Lampiran 14 : Output Uji Reliabilitas Variabel Word Of Mouth (X3) .....	83
Lampiran 15 : Output SPSS Statistika Deskriptif .....	84
Lampiran 16 : Surat Izin Penelitian .....	95
Lampiran 17 : Berita Acara Kemajuan Bimbingan Skripsi .....	96
Lampiran 18 : Foto Observasi dan Wawancara .....	98

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kopi menjadi minuman yang banyak disukai orang Indonesia. Kegemaran orang terhadap kopi dikarenakan berbagai alasan, seperti rasa kopi yang unik dan cara mengolah minuman kopi serta beragam manfaat. Bercerita tentang kopi tidak bisa lepas dari *cafe*. Berdasarkan (*Kedai Kopi Indonesia Hampir Mencapai 3000 Gerai*, 2019) hasil riset TOFFIN, perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe), di Indonesia, menunjukkan jumlah *cafe* di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000.

Berdasarkan data dari (Ico.org, 2022), tingkat konsumsi Indonesia tumbuh 44 persen dalam periode sepuluh tahun kopi (Oktober 2008—September 2019). Sementara itu, konsumsi kopi Indonesia per kapita pada periode tahun kopi Oktober 2018-September 2019 mencapai 1,13 kg/tahun. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran *cafe* saat ini menjadi trend dan gaya hidup yang tidak terlepas dari budaya masyarakat Indonesia yang menyukai minuman kopi. Ditambah dengan ketika menghilangkan kejemuhan dan rasa lelah masyarakat Indonesia cenderung memilih tempat seperti *cafe* untuk bersantai. Pada awalnya *cafe* hanya hadir di pusat perbelanjaan dan perkotaan, namun kini sudah merambah ke pedesaan dan di pinggir jalan.

Semakin ramainya *cafe* ini diminati oleh masyarakat Indonesia mengakibatkan ketatnya persaingan pada usaha sejenisnya. Semakin ketatnya persaingan yang berasal dari usaha sejenis, membuat pemilik *cafe* semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual. Hal ini ditujukan untuk memperoleh kenyamanan dan keputusan pembelian konsumen kepada produk yang ditawarkan oleh *cafe* tersebut meningkat.

Keputusan pembelian merupakan tindakan pertama konsumen sebelum menentukan minat beli terhadap produk. (Aryandi & Onsardi, 2020) pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Maka dari itu pemilik *cafe* harus memiliki strategi dalam memasarkan produknya. Salah satu strateginya ialah variasi produk, dimana memberikan berbagai pilihan produk kepada konsumen, kualitas pelayanan yang digunakan, dan juga strategi pemasaran dari mulut ke mulut para konsumen untuk memperoleh keputusan pembelian dari konsumen.

Ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian terjadi salah satunya variasi produk. Variasi produk merupakan pengembangan barang atau jasa yang dimiliki pemilik usaha sehingga barang yang ditawarkan bisa beragam. Hal ini membuat para konsumen memiliki produk favoritnya tersendiri, dan tidak mengacu kepada salah satu produk yang membuatnya bosan. Kebutuhan konsumen terhadap minuman maupun makanan memiliki selera yang berbeda dan cenderung mengikuti trend saat ini. (Sulistyorini & Rahardjo, 2018)

menyatakan variasi produk berpengaruh baik terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, berbeda dengan (Ardiansyah & Aprianti, 2020) yang menyatakan variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain variasi produk yang ditawarkan, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik usaha, karena apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik dan memenuhi harapan konsumen maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tingkat pelayanan yang baik bukan hanya dalam penyajian yang cekatan namun kesopanan juga menjadi tolak ukur dalam penilaian kualitas pelayanan (Tumbel & Yunita, 2020). (Aryandi & Onsardi, 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun berbeda pendapat dengan (Ena et al., 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain variasi produk, kualitas pelayanan, terdapat faktor yang tidak kalah penting yaitu *word of mouth* atau pemasaran melalui mulut ke mulut. Komunikasi dari mulut ke mulut dilakukan oleh konsumen yang telah membeli produk kemudian disampaikan ke konsumen yang lain. *Word of mouth* sangat membantu pemilik usaha dalam menjalankan promosi, dan memiliki peluang besar untuk menciptakan keputusan pembelian. (Erianto, 2018) menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

pembelian, berbeda dengan (Ena et al., 2019) yang menyatakan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli produk. Namun terdapat berbagai pertimbangan yang berdampak terhadap keputusan pembelian seperti, variasi produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*. Oleh sebab itu pelaku usaha harus memperhatikan pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen untuk menciptakan keputusan pembelian. (Sugianto, 2019) berpendapat bisnis yang berkembang pesat di Indonesia adalah bisnis kopi. Hal ini berdampak pada maraknya bisnis *cafe*, salah satunya di kabupaten Nganjuk kecamatan Gondang. Berikut beberapa *cafe* yang ada di kecamatan Gondang.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Cafe Pada Kecamatan Gondang Tahun 2022**

No.	Nama <i>Cafe</i>	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Sanggar Coffe	Dsn. Sambonglor, Ds. Campur	2019
2.	Caffe AG	Jl. Merapi Ds. Gondangkulon	2018
3.	Mr. Angkringan	Jl. Rejoso-Gondang Ds. Gondangkulon	2004
4.	Ndalem Simbah	Jl. Rejoso-Gondang Ds. Campur	2021
5.	Lembah Jati	Dsn. Gempolpecut, Ds. Pandean	2019

Sumber : Data diolah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, pada Tahun 2022 di kecamatan Gondang telah terdapat Lima (5) *Cafe* yang telah berdiri. Salah satu *cafe* terbaru di kecamatan Gondang yaitu Ndalem Simbah, meskipun demikian *cafe* tersebut mampu mempromosikan sehingga ramai oleh para konsumen. Tetapi berdasarkan wawancara kepada salah satu konsumen yang mengunjungi *cafe* menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapannya yaitu, kurang ramah dalam menyapa konsumen. Tidak puas dengan hasil yang diberikan, peneliti kembali melakukan wawancara kepada konsumen lainnya,

mereka berpendapat alasan sering datang yaitu karena direkomendasikan oleh teman, dan pelayanannya yang baik. Namun rata-rata dari mereka selalu memesan minuman yang sama walaupun terdapat pilihan menu yang lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik menggunakan judul “**ANALISIS VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE NDALEM SIMBAH GONDANG NGANJUK**“

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Variasi produk salah satu faktor penting pelaku usaha guna meningkatkan dalam keputusan pembelian produk. Ini berkaitan dikarenakan konsumen memiliki daya kebebasan pemilihan produk yang bervariasi dan tidak monoton hanya satu produk yang membuat konsumen bosan
2. Kualitas pelayanan juga memberikan dampak terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Ditunjukkan pada pelayanan yang kurang daya tanggap dan empati.
3. *Word of mouth* atau berita dari mulut ke mulut merupakan salah satu hal yang penting dalam mengupayakan peningkatan keputusan pembelian konsumen. Dikarenakan berita yang dibawa oleh konsumen satu ke konsumen yang lain menambah daya tarik pembelian terhadap suatu produk yang dijual

4. Variasi produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* memiliki keterkaitan dalam peningkatan keputusan pembelian oleh konsumen

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas penulis memberikan batasan masalah untuk memfokuskan permasalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya ditujukan untuk konsumen *cafe* Ndalem simbah Gondang Nganjuk
2. Penelitian ini hanya terfokus pada 3 variabel, yaitu variasi produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah Gondang Nganjuk?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Cafe* Ndalem Simbah Gondang Nganjuk?
3. Adakah pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *Cafe* Ndalem Simbah Gondang Nganjuk?
4. Adakah pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *cafe* Ndalem Simbah Gondang Nganjuk?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan guna memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali strategi apa yang harus dilakukan oleh pemilik usaha guna untuk memecahkan masalah terkait keputusan pembelian konsumen

## 2. Manfaat Secara Teoritis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini guna menambah pengetahuan baru, berfikir kritis, dan sistematis tentang menyikapi fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran.

### b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi yang memiliki kepentingan terutama di bidang pemasaran tentang, Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Word Of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *cafe* ndalem simbah gondang nganjuk

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020). Pengaruh Keberagaman produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Cafe* Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/12/12>
- Didik, G. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee Berbasis *Social Media Marketing* (B. Nasution ed ; Pertama). Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E ., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet. *10*(3), 299–310.
- Erianto, R. A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (H. Abadi ed.; Issue March). Mataram : CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayati, A., Sifatu, W. Ode, & Maddinsyah, A. (2021). Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik. Tangerang Selatan : Cipta Media Nusantara.
- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). Analisis: Gaya Hedonis Status Sosial Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek (R. R. Rerung ed.). Kediri : CV. Media Sains Indonesia.
- Ico.org. (2022). *International Coffe Organization*. Ico.Org. <https://www.ico.org/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Surabaya : Unitomo Press.
- Kedai Kopi Indonesia Hampir Mencapai 3000 Gerai. (2019). Voi.Id. Diakses 15 mei 2022 <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>
- Kurniasih, D. (2021). Kepuasan Konsumen (A. Rozi Ed.). Serang : Bintang Sembilan Visitama.
- Kurniawan, G. (2017). Peran *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Kualitas Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik pada Pengrajin Kampoeng Batik Jatis-Sidoarjo.
- Muhid, A. (2019). Analisia Statistik Edisi ke 2 (D. N. Hidayat Ed.). Surabaya : Zifatama Jawara.
- Ridwan, & Bangsawan, I. (2021). Konsep Metodologi Penelitian Bagi pemula (Anhar.Ed).Jambi:AnugerahPratamaPress.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. Jakarta : Fkip Uhamka.
- Sugianto, D. (2019). Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun. Detikfinance. Diakses 16 Juli 2022 <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami Ed.; Kedua). Bandung : Alfabeta.
- Sulistyorini, O. D., & Rahardjo, S. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek Dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffee Semarang). Diponegoro *Journal of Management*, 7(3), 1–11. <http://ejournals-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sulistyowati, W. (2018). Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya. In S. B. Sartika (Ed.), Sidoarjo : UMSIDA Press.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021) (Revisi). Pekanbaru : UR Press.
- Tumbel, B. S. R. A., & Yunita. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Holistik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Purchase Decision Di the Mukaruma Cafe Analysis. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), 166–174.