

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ DAN RESTO
SELEBAR JAYA**



SKRIPSI

Oleh :

ARU SUGANDA

NPM. 2061201194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ DAN RESTO
SELEBAR JAYA**



SKRIPSI

**Guna Diajukan Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh :

ARU SUGANDA
NPM. 2061201194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

PERSTUJUAN SKRIPSI
PENGARUH *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ DAN RESTO
SELEBAR JAYA



SKRIPSI

Oleh :

ARU SUGANDA
NPM. 2061201194

Disetujui oleh :
Pembimbing


Drs. Khairul Bahrin, M.M
NIDN. 02010286502

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Furqonti Ramidiah, SE, MM
NIDN. 0208047301

PEPENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ DAN RESTO
SELEBAR JAYA

Dipertaruhkan Didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Hari : Senin
Tanggal : 26 Agustus 2024

SKRIPSI

Oleh:

ARU SUGANDA
NPM. 2061201194

Dosen penguji :

- | | |
|----------------------------------|---------|
| 1. Drs. Khairul Bahrul, S.E.,M.M | Ketua |
| 2. Dr. Adi Sismanto, S.E.,M.M | Anggota |
| 3. Tezar Arianto, S.E.,M.M | Anggota |



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Ranidiah, S.E.,M.M
NIDN. 0208047301



SERTIFIKASI

Saya Aru Suganda menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis atau Program Studi Lainnya. Karena karya ini milik saya, Maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.



26 Agustus 2024

Aru suganda
NPM. 2061201194

MOTTO

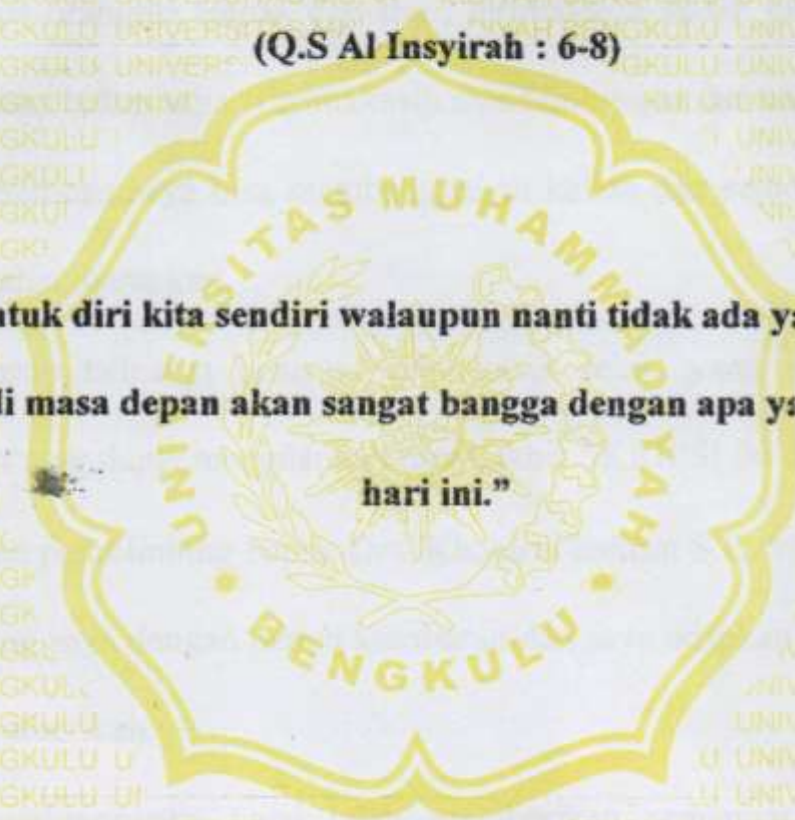
"Ini jalanmu, dan milikmu sendiri. Orang lain mungkin bisa berjalan bersamamu, namun tidak ada yang bisa menggantikanmu berjalan."

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang Lain) dan kepada Tuhan, Berharaplah

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

"Berjuanglah untuk diri kita sendiri walaupun nanti tidak ada yang bertepuk tangan.

Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini."



PERSEMBAHAN

Puji syukur hamba panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunianya yang tak terhingga sehingga hamba bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya, sholawat beriring salam semoga selalu tercurahkan kepada panutan kita Nabi Muhammad SAW Syukur Alhamdulillah Kupersembahkan:

- Kepada Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberikan hidup dan berkah serta rizkinya.
- Untuk kedua orangtua Bapak dan Ibu , terimakasih sudah menjadi support sistem terbaik selama hidup saya. Terimakasih atas bimbingan dan nasihat yang selalu saya dapatkan. Semoga saya bisa membanggakan kalian dan semoga saya bisa menjadi apa yang kalian harapkan.
- Untuk seluruh keluarga besarku terimakasih selalu yang telah mendoakan dan mensupport agar dapat menjalankan tugas akhir SKRIPSI ini dengan lancar.
- Untuk dosen pembimbing bapak Drs. Khahirul bahrin S.E, M.M terimakasih sudah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan saya ucapkan terimakasih atas ilmu yang telah diberikan.
- Teman seperjuanganku yang telah memberikan semangat, support dan saling mendoakan hingga sampai saat ini.
- Buat teman-teman seangkatan manajemen 2020
- Dan yang terakhir, untuk Almamater dan Kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu

KATA PENGANTAR

Assalamualikum wr.wb

Alhamdulillahirobbi'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang lebih lebih telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun proposal ini dengan judul **“Pengaruh *word of mout* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di cafe dan resto selebar jaya”**. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang menjadi tauladan bagi kita semua.

Penyusunan proposal ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Serjana Strata-1 di Program Studi Manajmen, Fakulatas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Bagi peneliti dalam menyusun proposal ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberi bantuan kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Bunda Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Bapak Drs. Khairul Bahrin, M.M sebagai pembimbing saya yang telah memaksimalkan waktunya membimbing dan memberikan wejangan.

5. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah membantu selama proses penyusunan.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan Café dan Resto Selebar Jaya yang sudah berkenan meluangkan waktu selama proses penelitian.
7. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mempelancar proses penulisan proposal ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi yang diajukan ini jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta mendapat ilmu pengetahuan bagi pembacanya, terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Bengkulu, Januari 2024

Aru Suganda

ABSTRAK

Aru Suganda. 2024 : Pengaruh (*Word of Mouth*) dan Kuliatas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe and Resto Selebar Jaya

Pembimbing : Drs. Khairul Bahrul, SE, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh (*Word of Mouth*) dan Kuliatas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe and Resto Selebar Jaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lebong. Dalam pelaksanaan penelitian ini responden didapat dari semua anggota populasi yang digunakan sebagai sampel dengan jumlah 110 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner (angket). Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan uji instrumen, persepsi responden, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis menggunakan *software SPSS* versi 25.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh perumusan $Y = 9.111 + 0,640 X_1 + 0,540 X_2 + e$. Koefisien determinasi $R^2 = 0,648$ atau 64,8% sedangkan sisanya 0,352 atau 35,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil pengujian telah dilakukan sehingga dapat diketahui bahwa variabel *Word of Mouth* (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3.764 > t_{tabel} 1.982$ dengan signifikansi $0.002 < 0,05$. Kualitas Pelayanan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4.240 > t_{tabel} 1.982$ dengan signifikansi $0.001 < 0,05$. Hasil uji f menunjukkan $f_{hitung} 72.876 > f_{tabel} 3.211$ dan nilai signifikansi $0.003 < 0,05$. Dari hasil olah data, maka dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan kerja secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Aru Suganda, 2024. The Influence of Word of Mouth and Service Quality on Purchasing Decisions at Cafe and Resto Selebar Jaya

Supervisor: Drs. Khairul Bahrn, SE., M.M

This research aims to determine the influence of Word of Mouth and Service Quality on purchasing decisions at Cafe and Resto Selebar Jaya. The study employs a quantitative research method, with the population consisting of the community in Lebong. The respondents were selected from the entire population, with a total sample size of 110 people. Data collection methods included observation, interviews, and the distribution of questionnaires. The collected data were analyzed using instrument tests, respondent perceptions, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, determination coefficient (R^2), and hypothesis testing using SPSS software version 25.

Based on the multiple linear regression results, the equation formulated is $Y = 9.111 + 0.640X_1 + 0.540X_2 + e$. The coefficient of determination (R^2) is 0.648 or 64.8%, while the remaining 35.2% is influenced by other factors. The test results reveal that the Word of Mouth variable (X_1) obtained a t-count value of $3.764 > t\text{-table } 1.982$ with a significance of $0.002 < 0.05$. The Service Quality variable (X_2) obtained a t-count value of $4.240 > t\text{-table } 1.982$ with a significance of $0.001 < 0.05$. The F-test results showed an F-count of $72.876 > F\text{-table } 3.211$ with a significance of $0.003 < 0.05$. Based on the data analysis results, it can be concluded that both Word of Mouth and Service Quality have a positive and significant influence on purchasing decisions, either partially or simultaneously.

Keywords: *Word of Mouth, Service Quality, and Purchasing Decision.*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SERTIFIKASI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II STUDI PUSTAKA.....	7
2.1 Deskripsi Konseptual	7
2.1.1 Pengertian Word Of Mouth	7
2.1.2 Indikator Word Of Mouth.....	9
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	11
2.1.5 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.6 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	16
2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	18
2.4 Kerangka Pikir	20
2.5 Definisi Operasional.....	21
2.6 Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil.....	37
4.1.1 Sejarah	37
4.1.2 Karakteristik Responden.....	38
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Umur	38
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.3 Persepsi Responden Tentang (WOM)	39
4.1.4 Hasil Instrumen Penelitian	41
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	43
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	19
Tabel 2.2 Definisi Operasional	22
Tabel 3.1 Interval Skor Skala Likert	27
Tabel 3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	39
Tabel 4.4 Persepsi Responden Tentang Word Of Mouth.....	39
Tabel 4.5 Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan	40
Tabel 4.6 Persepsi Responden Tentang Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen	42
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Instrumen	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis	45
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Uji T	47
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Uji F	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	43

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Pertayaan.....	54
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	58
Lampiran 3. Uji Instrumen Validitas.....	63
Lampiran 4. Uji Instumen.....	64
Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Lampiran 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
Lampiran 7. Uji Hipotesis T.....	65
Lampiran 8. Uji Hipotesis F.....	66
Lampiran 9. Tabel T.....	67
Lampiran 10. Tabel F.....	68

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, kondisi persaingan bisnis khususnya di dalam dunia kuliner telah mengalami banyak perkembangan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya perkembangan ide manusia yang semakin inovatif dalam menciptakan aneka makanan baru. Banyak dijumpai makanan-makanan baru dengan nama yang asing dan unik yang sampai saat ini baru atau bahkan belum diketahui. Keadaan seperti itu mendorong banyak produsen baru untuk bersaing dalam menciptakan produk baru yang kompetitif di dalam memuaskan keinginan konsumen. Dalam hal ini berkaitan dengan permintaan berbagai macam jenis makanan baru.

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu bersaing dalam memasarkan produknya agar konsumen melakukan keputusan pembeliannya terhadap produk yang ditawarkan. Sebuah perusahaan diharuskan mampu membuat strategi pemasaran yang tepat supaya dapat memenangkan persaingan pasar yaitu dengan cara melalui iklan. Iklan berbagai media seperti radio, televisi, koran, menjadi cara yang tepat untuk dapat mempromosikan perusahaan supaya lebih dikenal secara luas. Disamping itu, iklan yang menarik dapat membuat masyarakat merasa penasaran dan tertarik untuk mencoba membelinya. Iklan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian dan juga memberikan standar untuk dapat mengukur keberhasilan dari sebuah promosi oleh perusahaan.

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) memang mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang didapat dianggap nyata dan jujur dan seseorang cenderung lebih mempercayai informasi produk yang mereka dengar dari teman, kerabat atau orang terdekat yang berpengalaman terhadap suatu produk tersebut dibandingkan dengan informasi dari iklan. *Word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut akan terjadi secara alami ketika orang menjadi pendukung suatu merek atau produk karena puas dengan produk yang dipakai atau dikonsumsi dan memiliki hasrat atau keinginan yang muncul dari diri sendiri serta antusias untuk mengajak orang lain memilih merek atau produk yang telah dipakainya atau bisa disebut sebagai *Organic Word of Mouth*. *Amplified word of mouth* juga terjadi ketika sebuah perusahaan melakukan sebuah kampanye yang dibuat untuk mendorong atau mempercepat *word of mouth* pada suatu komunitas yang ada (Ennew dkk, 2010).

Terjadinya *word of mouth* memicu calon konsumen baru untuk melakukan pembelian dalam sebuah produk yang telah didengarnya dari orang lain. Ketika calon konsumen sudah mengetahui tentang produk yang telah ditawarkan melalui promosi maupun mendapatkan informasi dari mulut ke mulut, maka calon konsumen berhak melakukan pertimbangan sebelum mereka memutuskan sebuah keputusan dalam pembelian. Ketika konsumen sudah menggunakan sebuah produk, konsumen akan melakukan penilaian terhadap produk yang telah dikonsumsi, apabila produk tersebut memberikan kepuasan dan kesan positif kepada konsumen, maka *word of mouth* positif yang kemungkinan akan terjadi, begitu pula sebaliknya.

Begitu juga dengan kualitas pelayanan yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen, pelayanan yang baik juga merupakan kunci penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan. Menurut (Suryoko, 2017), kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh manajemen untuk memenuhi harapan pengunjung. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, suatu perusahaan harus terus berinovasi dalam menjalankan strategis bisnisnya.

Objek penelitian dalam proposal ini adalah Café dan Resto Selebar jaya yang menyajikan berbagai macam jenis makanan dan minuman populer. Café dan Resto Selebar Jaya ini beralamat di Selebar Jaya, Kecamatan Amen, Kabupaten Lebong, Bengkulu. Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada Minggu, 7 Januari 2024 bersama Adef Ilahi dan Ridho yang merupakan pengunjung Café dan Resto Selebar Jaya, mereka mengatakan bahwa kualitas pelayanan di Café dan Resto tersebut sudah memuaskan, makanannya enak dan cepat saji.

Namun juga ada konsumen sedikit merasa kecewa seperti yang dialami Rifal Julianto dengan penyajiannya yang kurang memuaskan dikarenakan salah pengantaran makanan, Rifal Julianto memesan ikan bakar tetapi yang disajikan ayam bakar, sama halnya dengan Rahmat yang merasa kecewa dengan salah penyajian makanan. Selain itu, Aditia juga merasa kecewa dengan pelayanan yang ada dikarenakan karyawannya yang kurang ramah terhadap konsumen. Dengan

adanya kesalahan tersebut, konsumen akan menginformasikan kepada teman, kerabat atau bahkan saudara mereka sehingga keputusan pembelian terhadap Café dan Resto Selebar Jaya berkurang.

Berdasarkan permasalahan yang di uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh (*Word Of Mouth*) dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Café dan Resto Selebar Jaya”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi melalui survei dan wawancara yang peneliti lakukan, maka ditemukan beberapa masalah seperti :

1. Konsumen memberikan informasi kepada teman, kerabat atau bahkan saudara mereka bahwa kualitas pelayanan karyawan Café dan Resto Selebar Jaya kurang memuaskan.
2. Karyawan salah menyajikan makanan yang membuktikan bahwa kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan Café dan Resto Selebar Jaya.
3. Kurang ramahnya karyawan Café dan Resto Selebar Jaya yang membuktikan bahwa kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan Café dan Resto Selebar Jaya.
4. Kurangnya keputusan pembelian terhadap Café dan Resto Selebar Jaya dikarenakan kualitas pelayanan karyawannya kurang memuaskan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka peneliti membatasi penelitian yang akan dilakukan karena adanya keterbatasan waktu, pikiran, dan sarana yang ada. Peneliti hanya membatasi dan membahas mengenai pengaruh (*Word Of Mouth*) dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe dan Resto Selebar Jaya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya ?
3. Apakah *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian oleh peneliti, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap hubungan antara *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe dan Resto Selebar jaya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan, melalui penelitian ini diharapkan agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam hal mengelola usaha.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian pada permasalahan yang sama.