

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM *STREET*  
*FOOD* ALUN ALUN SELATAN YOGYAKARTA**



**Universitas  
Alma Ata**  
The Globe Inspiring University

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk  
Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu ( S1)

Disusun Oleh :

**Ismiatun Sholikhah**

**192200251**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ALMA ATA  
YOGYAKARTA  
2023**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

**Ahmad Yunadi, M.A**

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Ismiatun Sholikhah

Lamp : -

Yth. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara/i :

Nama : Ismiatun Sholikhah

NIM : 192200251

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streetfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta.

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi. Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang akhir skripsi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 04 Agustus 2023

Pembimbing,



Ahmad Yunadi, M.A

## **NOTA DINAS KONSULTAN**

**Baiq Ismiati, S.E., M.H., M.E.**

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata

### **NOTA DINAS KONSULTAN**

Hal : Skripsi

Ismiatun Sholikhah

Lamp : -

Yth. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, memberi petunjuk serta mengadakan perbaikan  
seperlunya, maka selaku konsultan skripsi saudara/i :

Nama : Ismiatun Sholikhah

NIM : 192200251

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap  
Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streetfood* Alun-Alun Selatan  
Yogyakarta.

Dengan ini kami menyatakan bahwa skripsi tersebut telah selesai  
dilakukan revisi dan telah memenuhi sebagian syarat memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu Ekonomi.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan  
terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 04 Agustus 2023

Konsultan,

Baiq Ismiati, S.E., M.H., M.E.

## PENGESAHAN

PENGESAHAN  
Nomor : 066/A/SPS/FEB/UA/VIII/2023

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM *STREET  
FOOD* ALUN ALUN SELATAN YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

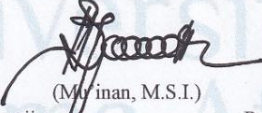
Ismiatun Sholikhah  
NIM 192200251

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
pada Tanggal 04 Agustus 2023


Dan dinyatakan telah diterima oleh Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

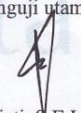
Ketua Sidang

  
(Mu'inan, M.S.I.)

Pembimbing/penguji

  
(Ahmad Yunadi, M.A)

Penguji utama

  
(Baiq Ismiati, S.E.I., M.H., M.E.)

Yogyakarta, 04 Agustus 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
(Defia Isantini Maula, S.I.P., M.B.A. CEC)

  
FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ALMA ATA

## HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Publikasi

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM *STREET*  
*FOOD* ALUN ALUN SELATAN YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

**Ismiatun Sholikhah**

**NIM 192200251**

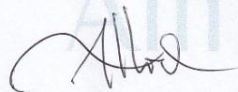
Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi untuk mendapatkan Gelar  
Sarjana Ekonomi

Pada tanggal 04 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua program studi ekonomi syariah

Pembimbing



(Al-Haq Kamal, S.E.I., M.A.)



(Ahmad Yunadi, M.A.)

## SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Yunadi, M.A.  
Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis/skripsi:

Nama : Ismiatun sholikhah  
NIM : 192200251  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streetfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta

Karya tersebut telah dicek dengan *software* cek plagiarism pada tahap proposal/akhir dengan hasil similaritas sebesar 19% (bab I s/d bab V) dan dinyatakan lolos/tidak lolos (syarat untuk lolos adalah <20%).

Yogyakarta, 04 Agustus 2023

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dehri Santin Maula, S.I.P., M.B.A. CEC)

Dosen Pembimbing

(Ahmad Yunadi, M.A.)

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismiatun Sholikhah  
NIM : 192200251  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Institusi : Universitas Alma Ata

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya serupa yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan bukan meniru dari hasil karya orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 04 Agustus 2023



Ismiatun Sholikhah

NIM. 192200251

## MOTTO

“Allah SWT. tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Semua manusia dimuka bumi ini bingung, nanti tidak bingung kalau sudah disurga.”

~Aldi Taher~

Orang lain gak akan bisa faham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



## **PERSEMBAHAN**

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta Bapak Maksun dan Ibu Kurniati, kedua abang saya M. Ikhsanudin dan Ahmadi, sahabat, pasangan, dan teman-teman yang selalu memberi *support* untuk menyelesaikan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Subhanahuwata'ala. Alhamdulillah berkat Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada tauladan kita Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi wassallam keluarga dan sahabat beliau serta semua pengikutnya yang taat menjalankan ajarannya.

Penulis sepenuhnya sadar bahwa proposal skripsi ini mustahil terselesaikan tanpa pertolongan Allah Subhanahuwata'ala yang diwujudkan melalui mahluk-Nya. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak seraya berdo'a semoga Allah selalu senantiasa memberikan yang terbaik bagi mereka semua. Selama penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hamam Hadi. MS., SC.D, Sp.GK, selaku Rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta.
2. Ibu Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A. CEC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta.
3. Bapak Al-Haq Kamal, S.E.I, M.A selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata Yogyakarta.
4. Febrian Wahyu Wibowo, M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi dan arahan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.

5. Bapak Ahmad Yunadi, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan motivasi dan arahan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Kepada keluarga kedua orang tua yang senantiasa memberikan do'a restu, bimbingan, pengorbanan serta kasih sayang yang mengalir tiada henti dan memberikan semangat, serta mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi.
7. Teman – teman seperjuangan dan keluarga besar Ekonomi Syariah 2019 dan perbankan syariah 2019, terimakasih untuk kebersamaannya dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan naskah skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak atas skripsi ini.

Yogyakarta, 04 Agustus 2023

Penulis

Ismiatun Sholikhah

NIM 192200251

## **ABSTRACT**

This study aims to examine the effect of word of mouth, service quality, and price on consumer buying interest. This research is quantitative descriptive. The population in this study with the criteria of 15-30 years who have visited the south square of Yogyakarta. The sampling technique uses an incidental sample with a total sample of 105 respondents. The analytical method uses SEM-Partial least squares with the help of SmartPLS software. In this study, the results showed that word of mouth, service quality, and price variables had a positive effect on consumer buying interest.

**Keywords:** word of mouth, service quality, price, purchase intention

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini dengan kriteria 15-30 tahun yang pernah mengunjungi alun-alun selatan yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sample insidental* dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Metode analisis menggunakan *SEM-Partial least square* dengan bantuan *software* SmartPLS. Dalam penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan bahwasanya variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci** : *word of mouth*, kualitas pelayanan, harga, minat beli

## DAFTAR ISI

NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
NOTA DINAS KONSULTAN .....	iii
PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRACT .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Minat Beli Konsumen .....	9
2. <i>Word Of Mouth</i> .....	16
3. Kualitas Pelayanan .....	19
4. Harga.....	24
B. Penelitian Yang Relevan .....	28
C. Kerangka Teori.....	31
D. Hipotesis Penelitian .....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B.	Desain Penelitian .....	35
C.	Subjek Penelitian .....	36
D.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
E.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
F.	Variabel Penelitian.....	38
G.	Indikator Variabel.....	38
H.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	40
I.	Kisi – Kisi Kuisisioner Penelitian .....	41
J.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B.	Deskripsi Data Penelitian .....	47
1.	Jenis Kelamin .....	47
2.	Usia .....	48
3.	Pekerjaan .....	48
C.	Hasil Penelitian .....	49
1.	Uji Validitas Variabel Penelitian.....	49
2.	Uji Validitas Deskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	51
3.	Uji Reliabilitas variabel penelitian.....	52
4.	Uji Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	53
5.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	55
6.	Uji Hipotesis .....	57
7.	Uji Stimultan .....	59
D.	Pembahasan .....	60
1.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli .....	60
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli .....	60
3.	Pengaruh harga terhadap minat beli .....	61
4.	Uji Hipotesis Stimultan .....	61
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A.	Kesimpulan .....	63
B.	Saran.....	64

<b>BAB VI NASKAH PUBLIKASI.....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar1.1 Jumlah Wisatawan Yogyakarta 2019 – 2022 .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar1.2 Jumlah UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar2.1 Kerangka Teori.....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 4.1 Hasil PLS SEM .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	28
<b>Tabel 3.1 Indikator Variabel</b> .....	38
<b>Tabel 3.2 kisi kisi kuisioner</b> .....	41
<b>Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	47
<b>Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia</b> .....	48
<b>Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan</b> .....	48
<b>Tabel 4.4 Hasil Outer Loading</b> .....	49
<b>Tabel 4.5 Hasil Average Variance Extracted (AVE)</b> .....	50
<b>Tabel 4.6 Hasil <i>Cross Loading</i></b> .....	51
<b>Tabel 4.7 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i></b> .....	52
<b>Tabel 4.8 R-Square</b> .....	53
<b>Tabel 4.9 Koefisien Jalur (Path Coefficient)</b> .....	53
<b>Tabel 4.10 Nilai NFI</b> .....	54
<b>Tabel 4.11 Interval Penelitian</b> .....	55
<b>Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator WOM</b> .....	56
<b>Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator KP</b> .....	56
<b>Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator H</b> .....	56
<b>Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator MB</b> .....	57
<b>Tabel 4.16 Hasil T-Statistic dan P-Value</b> .....	58
<b>Tabel 4.17 Hasil T-Statistic dan P-Value</b> .....	59

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah kota dengan banyak destinasi wisata bahkan tempat yang menjadi sejarah Indonesia. Yogyakarta adalah kota wisata yang menawarkan banyak jenis wisata, mulai dari destinasi wisata alam, artifisial hingga wisata sejarah dan budaya. Yogyakarta selalu memberikan kenyamanan dan keramahtamahan melalui destinasi pariwisatanya. Yogyakarta memiliki banyak julukan seperti kota pelajar, kota gudeg, kota wisata, kota seni, kota budaya. Meskipun adanya arus globalisasi yang terus meningkat Yogyakarta masih memegang teguh nilai budaya dan seni Jawa yang kental seperti masih sering diadakan kesenian kebudayaan seperti karawitan, ketoprak, wayangan, jathilan dan sekaten.

Kota Yogyakarta memiliki berbagai macam tempat yang mengandung sejarah dan budaya salah satunya seperti di kawasan kraton dan Malioboro yang memiliki banyak situs sejarah dan budaya. Candi Prambanan salah satu situs arkeologi penting Indonesia dan sangat terkenal di mata dunia. Dengan faktor – faktor tersebut para wisatawan tertarik untuk mengunjungi Yogyakarta. Tidak hanya ada banyak wisatawan domestik, ada juga wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Yogyakarta. Dengan demikian Yogyakarta sangat sesuai dijuluki kota pariwisata, budaya, dan seni. Oleh

karena itu, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta terus meningkat hampir setiap tahunnya(Sabella Isnaini, 2022).

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daerah Tujuan Wisata
2019	6.116.354	433.027	27.365.291
2020	1.778.580	69.968	10.830.143
2021	4.279.985	14.740	7.590.233
2022	6.427.035	47.080	19.275.989

*Gambar1.1 Jumlah Wisatawan Yogyakarta 2019 – 2022*

Sumber : Data Kinerja Dinas Pariwisata

Data yang ditunjukkan oleh dinas pariwisata, jumlah wisatawan yogyakarta dari tahun 2019 mengalami juga penurunan yang disebabkan oleh pandemi covid – 19. Dan kemudian mengalami peningkatan yang cukup pesat disebabkan oleh meredanya covid – 19. Kunjungan wisata di daerah tujuan wisata melonjak disebabkan karena banyaknya wisatawan lokal maupun mancanegara termasuk mahasiswa dan juga para pekerja yang berada di Yogyakarta.

Salah satu tempat wisata yang wajib dikunjungi saat berada di Yogyakarta adalah alun -alun kidul. Alun alun kidul merupakan tempat bersejarah dengan cerita panjang dan klasik dari masa kerajaan ngayogyakarta hadiningrat kala itu. Disebut alun – alun kidul (Alkid) karena terletak di selatan keraton Yogyakarta(Titi Manfangati,2020).

Pertumbuhan ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta melonjak lebih tinggi pada tahun 2021 sejak setelah adanya pandemi, dimana UMKM yang

menjadi sektor yang berperan dalam laju pertumbuhan ekonomi. Berikut data UMKM menurut Dinas Perindustrian Koperasi Usaha Kecil Menengah Yogyakarta.

<b>KABUPATEN</b>	<b>jumlah</b>
Kabupaten Bantul	87,438
Kabupaten Gunung Kidul	54,307
Kabupaten Kulon Progo	36,298
Kabupaten Sleman	114,613
Kota Yogyakarta	32,922
Total Jumlah	344,339

**Gambar1.2 Jumlah UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Yogyakarta telah memetakan UMKM berdasarkan Kabupaten. Saat ini kabupaten dengan jumlah paling banyak yaitu kabupaten Sleman dengan jumlah 114.613 UMKM. Kemudian UMKM paling sedikit yaitu di kabupaten Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada konsumen UMKM *streetfood* alun – alun selatan Yogyakarta yang berada di kabupaten kota Yogyakarta. UMKM *streetfood* adalah makanan atau minuman siap santap yang dijual oleh penjaja jalanan, pedagang asongan, kedai ditempat umum atau pedagang kaki lima. Alun – alun selatan Yogyakarta atau yang sering kita sebut dengan “alkid” adalah salah satu tempat wisata yang cukup terkenal di Yogyakarta. Selain lokasinya yang strategis tidak jauh dari pusat kota, tidak ada tiket masuk dan adanya berbagai aktivitas menarik yang dapat dilakukan di alun – alun selatan Yogyakarta menjad pilihan yang tepat bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Beragam kuliner serta kereta lampu (odong -odong) dan sepeda tanggem menjadikan suasana malam di alun – alun selatan menjadi ruang publik yang lebih ramai dibanding alun – alun utara Yogyakarta.

Industri kuliner merupakan usaha yang menjual produk dalam industri makanan dan minuman. Industri kuliner yang berkembang pesat khususnya di Indonesia berperan dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat yang sama dengan pertumbuhan industri kuliner global. Dengan ide-ide kreatif dan ide-ide inovatif, kompetisi dari bisnis masakan meningkat pesat dengan persaingan yang ketat, memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kuliner paling mudah ditemui di Indonesia adalah kuliner UMKM, yang menawarkan banyak jenis varian menu kepada konsumen dengan inovasi yang menjadi ciri khas sendiri.

Minat konsumen dalam melakukan pembelian seringkali dipengaruhi oleh dorongan atau pengaruh internal dan eksternal (Hasibuan, 2020). Sedangkan minat beli ulang terjadi karena konsumen yakin harapan pembelian awal mereka terpenuhi kepuasan yang dirasakan. Pemasaran dilakukan dari orang ke orang merupakan pemasaran yang alami karena atas dasar dari kepuasan. UMKM *streetfood* yang ada di alun-alun selatan dalam pemasarannya mengedepankan sistem *word of mouth*, komunikasi yang terjadi secara langsung dari orang ke orang terkait produk yang direkomendasikan dari teman atau keluarga membuat calon konsumen lebih percaya akan produk yang disarankan. Hal tersebut akan membuat suatu pola promosi secara langsung serta memunculkan respon yang positif (Ardiyansyah et al., 2021).

Komunikasi positif dari mulut ke mulut atau pesan negatif tentang layanan yang disebarkan oleh satu orang ke orang lain. Bahkan komunikasi dari mulut ke mulut memiliki dampak yang signifikan pada perilaku

konsumen. *Word-of-mouth* yang positif dapat membuat penjualan menjadi sangat amanah dan terpercaya, tetapi sebaliknya, kata-kata buruk dari mulut ke mulut dapat merugikan bisnis (Hanany & Sudirman, 2019)

Fenomena dari mulut ke mulut dapat digunakan untuk menarik minat beli konsumen dalam layanan penjualan kuliner. Salah satu yang bisa dilihat adalah kepuasan konsumen terhadap banyaknya peminat kuliner. Hal ini mengingat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh banyaknya minat konsumen itu sendiri. Kepuasan Pelanggan, dalam hal ini adalah pengguna yang terkait dengan aspek promosi, yang merupakan salah satunya yaitu *Word of Mouth* (WOM).

Menurut Martin dan Lueg (2013) WOM dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Pengaruh WOM lebih besar seiring meningkatnya sarana komunikasi yang didukung teknologi seperti media sosial. Berhubungan dengan konteks kualitas pelayanan, seorang pelanggan tentunya akan menarik pelanggan lain untuk datang dan membeli kuliner atas informasi melalui WOM ini.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas pelayanan. Melalui pelayanan yang baik akan membuat minat beli dari pelanggan akan timbul disebabkan apa yang disampaikan oleh penjual mudah diterima sehingga pelanggan tidak segan untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting karena dampaknya langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif dimata

konsumen, maka konsumen akan memberikan umpan balik yang baik, bahkan mungkin akan menjadi pelanggan tetap. Maka dari itu sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan (Ramaputra, 2017).

Selain kualitas pelayanan minat beli juga dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan. Salah satu cara untuk dapat menarik hati konsumen sehingga menimbulkan minat beli adalah dengan menetapkan harga yang lebih murah dibanding pesaing. Hal ini disebabkan banyak konsumen dalam melakukan pembelian masih dipengaruhi harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha dan harga akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk. Persepsi harga merupakan bagaimana informasi suatu harga dipahami secara keseluruhan oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi konsumen (Rizal & Wahyuni, t.t.)

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke alun alun selatan Yogyakarta baik yang hanya sekedar berwisata ataupun berburu kuliner, selain murah dan tidak ada harga tiket masuk dan juga lokasinya yang sangat strategis yang menyebabkan banyaknya minat konsumen *UMKM streetfood* menarik untuk dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa adanya promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut (WOM), Kualitas Pelayanan dan Harga apakah mempengaruhi minat beli konsumen, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *WOM*, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *UMKM Streetfood* Alun – Alun Selatan Yogyakarta”.



## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berfokus pada Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Street Food* Alun – Alun Selatan Yogyakarta.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah WOM berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Street Food* Alun – Alun Selatan Yogyakarta?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Street Food* Alun – Alun Selatan Yogyakarta?
3. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Street Food* Alun – Alun Selatan Yogyakarta?
4. Apakah WOM, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streerfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta?

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh WOM terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streerfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streerfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streerfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta.

4. Untuk mengetahui pengaruh WOM, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM *Streerfood* Alun-Alun Selatan Yogyakarta.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan kepada pembaca terkait ilmu ekonomi dan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti – peneliti berikutnya khususnya yang berkaitan dengan minat beli konsumen.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan teoritis bagi peneliti dan menambah wawasan mengenai *word of mouth*, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi pihak – pihak yang membutuhkan terutama para konsumen UMKM.
- c. Penelitian ini diharapkan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan *word of mouth*, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Haq Kamal, A. Y. F. M. S. (t.t.). *Pengaruh Harga Kredibilitas Religiusitas Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Transaksi pada Produk Paytren di Kota Yogyakarta.*
- Amelia, R. W., Suhardjanto, D., Probohudono, A. N., Honggowati, S., & Setiorini, K. R. (2023). Cultural Heritage Disclosure in Indonesia: An Agency Theory Perspective. *Migration Letters*, 20, 485–497. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4026>
- Amrizal Putra dan Ahmad Yunadi.(t.t.). *PENGARUH KUALITAS PEMBIAYAAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENDAPATAN (Studi Kasus di BMT Artha Barokah Yogyakarta 2012) Amrizal Putra dan Ahmad Yunadi.*
- Analisis Pengaruh Service Quality dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UKM Bakpia Boomber Mas Raga Gunung Kidul) (Agus Dwi Cahy. (t.t.).*
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. 3.*
- Ardiyansyah, M., Muhammad Taufiq Abadi, dan, Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, P., Islam Negeri Abdurrahman Wahid, U. K., Kusuma Bangsa No, J., Pahlawan Km, J., & Kajen Kab Pekalongan, R. (t.t.). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM SEBAGAI PEMEDIASI The Impact of Service Quality, Price Perception, and Word of Mouth on Repurchase Intention with Muslim Consumer Satisfaction as a Mediator. XVI(1), 79–090. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>*
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. Dalam *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Nomor 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Dian, P., & Nadhar, M. (2020a). Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional YUME : Journal of Management Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *YUME : Journal of Management*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.34>

- Dian, P., & Nadhar, M. (2020b). Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional YUME : Journal of Management Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *YUME : Journal of Management*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.34>
- FAJRI, R. N., AZIZ, N., NORBAYA, S., & YAHAYA, B. (2022). Optimizing the Role of Financing Units in Financial Institutions and Banking for Going Concern Micro, High Schools and Medium Enterprises (MSMES). *Admin369.Seyboldreport.Org*, 2470–2489. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7404854>
- Fitriyanti, F., Ichsan, M., & Setiorini, K. R. (2023). Detection Implementation of Risk Management for Commercial Digital Banking. *Migration Letters*, 20(S11), 727–734.
- Hanany, N. H., & Sudirman, E. (2019). Kepuasan pemustaka Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan pengaruh word of mouth pemustaka. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 7(1). <https://doi.org/10.24198/jkip.v7i1.19130>
- Handayani, S., Suhardjanto, D., Muhtar, E., Honggowati, S., & Setiorini, K. R. (2023). The Influence of Board of Directors Diversity on Carbon Emission Disclosure. *Migration Letters*, 20, 305–316. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4012>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN BATIK PEKALONGAN (STUDI PADA PASAR GROSIR SETONO BATIK PEKALONGAN). Dalam *Journal of Economic, Business and Engineering* (Vol. 1, Nomor 1).
- Istiqomah Sujono, R., & Wahyu Wibowo, F. (2020). MARKETING MIX DAN TINGKAT MARGIN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN PADA NASABAH BANK SYARIAH. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(1).
- Kamal, A. H., Purbowisanti, R., Sani, A. A., & Setiorini, K. R. (2021). Do the Distribution of Zakat and Islamic Bank Financing Affect Income Inequality in Indonesia? *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 90–102. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v5i1.5854>
- Keputusan, D., Batik, P., Rachman, B. R., Totok, D., & Abadi, W. (t.t.). *KOMUNIKASI WORD OF MOUTH*.

- Khan, A., Chen, C. C., Lu, K. H., Wibowo, A., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. (2021). Supply chain ambidexterity and green scm: Moderating role of network capabilities. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su13115974>
- Kurniawati, N. I., Pemasaran, M., & Vokasi, S. (2020a). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *FORUM EKONOMI*, 22(2), 286–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Kurniawati, N. I., Pemasaran, M., & Vokasi, S. (2020b). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *FORUM EKONOMI*, 22(2), 286–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Manajemen, J., Dewantara, B., Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020a). *Seira Aryatilandi, Asep Muhammad Ramdan, Erry Sunarya Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi* (Vol. 3, Nomor 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/50>
- Manajemen, J., Dewantara, B., Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020b). *Seira Aryatilandi, Asep Muhammad Ramdan, Erry Sunarya Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi* (Vol. 3, Nomor 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/50>
- Murningsih dan Ahmad Yunadi (2013). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA BMT HIDAYAH UMAT YOGYAKARTA 2013 Murningsih dan Ahmad Yunadi: Vol. III* (Nomor 1).
- Novita, W., & Salam, A. (t.t.). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT LABA USAHA DAGANG PADA PEDAGANG SEMBAKO MUSLIM (STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL BANTUL)*. <http://regulasi.kemenperin.go.id/>
- Oleh. (t.t.). *WISATA BUDAYA ALUN-ALUN SELATAN KARATON YOGYAKARTA*.
- Pengabdian, J., Masyarakat, K., & Yuliawan, K. (2021). *PELATIHAN SMARTPLS 3.0 UNTUK PENGUJIAN HIPOTESIS PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Rachmadani, W. S., Suhardjanto, D., Almasyhari, A. K., Widarjo, W., & Setiorini, K. R. (2023). Public Sector Budget Based on Systemic Agenda: What Factors Leading the Budget Change Policy in the Crisis

Time in Indonesia? *Migration Letters*, 20, 287–304.  
<https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4011>

- Ramaputra, B. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA E-CINEMA ENTERTAINMENT PLAZA SEMARANG). Dalam *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Rizal, M., & Wahyuni, D. U. (t.t.). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEBEL (Studi Empiris Pada UD. Sumber Rejeki Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Ruangkanjanases, A., Sivarak, O., Wibowo, A., & Chen, S. C. (2022). Creating behavioral engagement among higher education's prospective students through social media marketing activities: The role of brand equity as mediator. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1004573>
- Sabella Isnaini. (2022). tinjauan etika bisnis islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di kawasan alun-alun selatan kota yogyakarta. *jurnal filsafat*.
- Salim, A., Rochmadi, T., Kurniasari, Y., Sujono, R. I., Fajri, R. N., Kusumawardani, N., Wahyudi, A., & Mustakim, M. (2022). Lecturers' and Students' Responses toward the Implementation of the Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) Program at Alma Ata University. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3793–3806. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i3.1607>
- Setiorini, K. R., Rahmawati, Payamta, & Hartoko, S. (2022). The pentagon fraud theory perspective: understanding of motivation of executives to manipulate with the financial statements of a state-owned enterprise. *Economic Annals-XXI*, 194(11–12), 104–110. <https://doi.org/10.21003/ea.V194-13>
- Siti Arifah, Agung Nur Probohudono, Rahmawati, Setianingtyas Honggowati, & Kusumaningdiah Retno Setiorini. (2023). Performance in Soe Two Tiers Board System Based on the Implication From Good Corporate Governance and Tunneling or Propping Through Related Party Transactions. *Journal of Namibian Studies : History Politics Culture*, 33, 991–1015. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.548>
- Sri Patmawati, N., & Syarif, R. (t.t.). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka*.

- Studi, P., & Bisnis Syariah, M. (t.t.). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KOMUNIKASI ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN WANITA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung Berusia 18-24 Tahun) Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi (S.E) Oleh: NURASIAH NPM: 1751040087.*
- Suhaidi, M., Nurhabibah, D., Akbar, E. E., & Iskandar, M. (1911). Pengaruh Word of Mouth dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1911–1926. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5790>
- Sujono, R. I., Wiyandi, W., Wahyu Wibowo, F., Yunadi, A., Haq Kamal, A., Wibowo, A., & Salam, A. (2023). Purchase Decision on Halal Products among Female Muslims: Evidence from Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 309–321. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v8i3.555>
- Supriyono, Suhardjanto, D., Khabib, N., Supheni, I., Rachmadani, W. S., Warsina, Amelia, R. W., & Setiorini, K. R. (2023). Financial Accountability of Wayang Kulit Performances in Surakarta-Yogyakarta, Indonesia. *Migration Letters*, 20, 754–764. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS6.4338>
- Viantina, A. L., Purbowisanti, R., Ady Rahmanto, D. N., Ilmiah, D., & Febriyanti, N. (2022). The Influence of Plafond, Tenor, Application Process, and Loan Frequency on The Growth of Bank Syariah Indonesia's MSMEs Customers. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(2), 180–195. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.5405>
- Yosua, R., & Sinambela, P. (t.t.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (STUDI PADA PORTOBELLO CAFÉ SEMARANG )*.
- Zhao, H., & Wibowo, A. (2021). Entrepreneurship Resilience: Can Psychological Traits of Entrepreneurial Intention Support Overcoming Entrepreneurial Failure? *Frontiers in Psychology*, 12(September), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.707803>