

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KEDAI FRESH & COFFEE SHOP PERKO DI PATI JAWA TENGAH**



Oleh :

**BIMO PRASETYO RAHARJO**  
NBI : 1211700018

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI FRESH &**  
**COFFEE SHOP PERKO DI PATI JAWA TENGAH**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna**  
**mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:  
**Bimo Prasetyo Raharjo**  
NBI: 1211700018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**  
2021

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama lengkap : Bimo Prasetyo Raharjo  
NBI : 1211700018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh harga, *word of mouth*, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah

Surabaya, 30 Desember 2021

Menyetujui,

Pembimbing


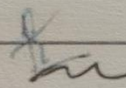



Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

### LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 10, Januari 2022.

#### TIM PENGUJI :

- |                                 |           |   |
|---------------------------------|-----------|---|
| 1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM    | - Ketua   |   |
| 2. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM | - Anggota |   |
| 3. Drs. Rudy Santoso, MM        | - Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945  
SurabayaDekan,



## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertandatangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : BIMO PRASETYO  
RAHARJO (L)
2. NBI : 1211700018
3. Fakultas : FAKULTAS  
EKONOMI DAN  
BISNIS
4. Program Studi : MANAJEMEN
5. NIK (KTP) : 3578062002970002
6. Alamat Rumah (KTP) : PAKIS GUNUNG  
3/3-A  
SURABAYA

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Harga, *World of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah”**

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 30 Desember 2021



(Bimo Prasetyo R.)

v



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl.Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bimo Prasetyo Raharjo

NBI : 1211700018

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KEDAI FRESH & COFFEE SHOP PERKO DI PATI JAWA  
TENGAH**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :



( Bimo Prasetyo Raharjo )

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya saya tujukan kepada :

1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Ida Bagus Cempana, MM. selaku ketua penguji dan Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM. selaku penguji, dalam sidang skripsi ini, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan sidang skripsi dan revisi skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu dan mendukung saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Dengan segala kerendahan hati ucapan terima kasih kepada keluarga besar, teristimewa kepada kedua orangtua, Ayahanda Ajid Eko Prasetyo dan Ibunda Mardiana Sulistianingsih yang telah memberikan dukungan doa, dan motivasi, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta seluruh saudara dan sahabat saya yang tergabung dalam grup “Bismillah skripsi” yang terus membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Untuk teman - teman saya sewaktu SMA yang selalu memberikan



semangat dan dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini. Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 30 Desember  
2021

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI FRESH & COFFEE SHOP PERKO DI PATI JAWA TENGAH**

Penelitian ini dilatar belakangi turunnya kepercayaan diri dari pemilik kedai kopi dikarenakan banyaknya pesaing baru yang tumbuh dan berkembang sehingga timbulnya ancaman eksternal yang ada . Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Untuk menganalisis pengaruh harga, *Word of Mouth* dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif yaitu nilai yang di jelaskan dalam angka-angka (Numeric) dengan metode statistika. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling dengan 100 responden Pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji-t dan uji-F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah. Secara simultan variabel

Harga, *Word of Mouth* dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko di Pati Jawa Tengah.

**Kata Kunci:** Harga, *Word of Mouth*, Lokasi dan Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

### **PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI FRESH & COFFEE SHOP PERKO DI PATI JAWA TENGAH**

This research is motivated by the decrease in self confidence of coffee shop owners due to the many new competitors that grow and develop so that external threats arise. The purpose of this study was to analyze the effect of price on purchasing decisions at Kedai Fresh & Coffee Shop Perko in Pati, Central Java. To analyze the effect of Word Of Mouth on purchasing decisions at the Fresh & Coffee Shop Perko Shop in Pati, Central Java. To analyze the influence of location on purchasing decisions at Kedai Fresh & Coffee Shop Perko in Pati, Central Java. To analyze the effect of price, Word of Mouth and location on purchasing decisions at Kedai Fresh & Coffee Shop Perko in Pati, Central Java. The type of data used is quantitative, namely the value described in numbers (numeric) with statistical methods. The technique used in this study is Simple Random Sampling with 100 respondents at the Perko Fresh & Coffee Shop in Pati, Central Java. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis, t-test and F-test.

The results showed that the price had a positive and significant effect on purchasing decisions at the Perko Fresh & Coffee Shop in Pati, Central Java. Word of Mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Perko Fresh & Coffee Shop in Pati, Central Java. Location has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Perko Fresh & Coffee Shop in Pati, Central Java. Simultaneously, the variable price, word of mouth and location have a significant effect on purchasing decisions at the Perko Fresh & Coffee Shop in Pati, Central Java.

Keywords: Price, Word of Mouth, Location and Purchase Decision

## RINGKASAN

Kedai Fresh & Coffee Shop Perko adalah tempat yang biasanya kalangan remaja atau kalangan muda, Dewasa Atau pun tua untuk bersantai dan berkumpul bersama teman - teman sambil menikmati secangkir kopi dan minuman lain beserta camilan ringan. Kedai Fresh & Coffee Shop Perko berlokasi di daerah Jl. Pemuda No 33 Pati Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga, Word of Mouth dan lokasi secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen dari Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati Jawa Tengah. Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel adalah menggunakan Simple Random Sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F.

Hasil hipotesis Uji t menunjukkan variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko. Hg terhadap KP menghasilkan nilai koefisien (Standardized Coefficient) positif sebesar 0,241 dan Sig-Value sebesar 0,002. Oleh karena SigValue (0,002) < Sig.Tolerance (0,05) maka Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati Jawa Tengah, pengaruh Wm terhadap KP menghasilkan nilai koefisien (Standardized Coefficient) positif sebesar 0,212 dan Sig-Value sebesar 0,005. Oleh karena Sig-Value (0,005) < Sig.Tolerance (0,05) maka Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati Jawa Tengah pengaruh Lk terhadap KP

menghasilkan nilai koefisien (Standardized Coefficient) positif sebesar 0,558 dan Sig-Value sebesar 0,000. Oleh karena Sig-Value (0,000) < Sig.Tolerance (0,05) maka lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil hipotesis uji F menunjukan bahwa Harga, Word of Mouth dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dapat dilihat dari Fhitung sebesar 36,423 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  (level of significant). Simpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel Harga, Word of Mouth, dan Lokasi secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## *SUMMARY*

Kedai Fresh & Coffee Shop Perko is a place usually for teenagers or young people, adults or old people to relax and hang out with friends while enjoying a cup of coffee and other drinks along with light snacks. Kedai Fresh & Coffee Shop Perko is located in the Jl. Youth No. 33 Pati, Central Java. This study aims to determine whether there is an effect of price, word of mouth and location partially or simultaneously on purchasing decisions.

The population used for this study were consumers from Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati, Central Java. The technique used in taking the sample is using Simple Random Sampling. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, validity test, and reliability test. The hypothesis test used is t test and F test.

The results of the t-test hypothesis show that the price variable has a significant effect on purchasing decisions at the Fresh & Coffee Shop Perko Shop. Hg against KP produces a positive Standardized Coefficient of 0.241 and a Sig-Value of 0.002. Because Sig Value (0.002) < Sig.Tolerance (0.05) then Price has a positive and significant effect on Purchase Decision. Word of Mouth has a significant effect on Purchase Decisions at Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati, Central Java, the effect of Wm on KP produces a positive coefficient (Standardized Coefficient) of 0.212 and Sig-Value of 0.005. Therefore, Sig-Value (0.005) < Sig.Tolerance (0.05) then the Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Location has a significant effect on Purchasing Decisions at Kedai Fresh & Coffee Shop Perko Pati, Central Java, the effect of Lk on KP produces a positive Standardized Coefficient of 0.558 and Sig-Value of 0.000. Because Sig-Value (0.000) < Sig.Tolerance (0.05) then location has a positive and significant effect on Purchase Decision. The results of the F test hypothesis indicate



that price, word of mouth and location simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions, this can be seen from the Fcount of 36,423 with a significant level of  $0.000 < 0.05$  (level of significant). The conclusions of this study indicate that the variables Price, Word of Mouth, and Location partially and simultaneously have a positive and significant influence on consumer satisfaction.

## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	i
COVER DALAM .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xii
RINGKASAN.....	xiv
SUMMARY .....	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR .....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	5
1. `Pengertian Pemasaran .....	5
2. Bauran Pemasaran .....	6
3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Harga.....	8
1. Pengertian Harga .....	8
2. Tujuan Penetapan Harga.....	8
3. Indikator Harga.....	11
2.1.2 <i>Word of mouth</i> .....	12
1. Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	12
2. Karakteristik <i>Word of Mouth</i> .....	13
3. Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.3 Lokasi.....	14
1. Pengertian Lokasi .....	14
2. Interaksi Lokasi .....	14
3. Indikator Lokasi .....	15

2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2. Tahapan Keputusan Pembelian.....	16
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	25
2.3.1 Hubungan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Hubungan Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Hubungan Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3.4 Hubungan Pengaruh Harga, <i>Word of Mouth</i> , Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4 Rerangka Konseptual .....	25
2.5 Hipotesis.....	26

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Jenis Data .....	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
1. Data Primer .....	27
2. Data Skunder .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi .....	28

3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Definisi Variabel dan Operasional.....	30
3.6.1 Definisi Variable .....	30
3.6.2 Definisi Operasional.....	31
3.7 Proses Pengelolaan Data .....	32
3.8 Metode Analisis Data .....	32
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	33
1. Uji Validitas .....	33
2. Uji Reabilitas.....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	34
1. Uji Normalitas .....	35
2. Uji Multikolinearitas .....	35
3. Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	35
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis.....	35
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	35
2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	36
3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36

#### **BAB IV : HASI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	33
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	33
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan.....	36
a. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	37

b. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	39
c. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Lokasi .....	40
d. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Keputusan pembelian .....	42
4.3 Uji Instrumen .....	43
1. Uji Validitas .....	43
2. Uji Reliabilitas .....	45
4.4 Analisis Data .....	46
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	48
1. Uji Normalitas .....	48
2. Uji Multikolinearitas .....	50
3. Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.5 Pengujian Hipotesis .....	52
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	52
2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	53
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
4.6 Pembahasan .....	55
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
4.6.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
4.6.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.6.4 Pengaruh Harga, <i>Word of Mouth</i> dan Lokasi Secara Bersama – sama Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.7 Implikasi Penelitian .....	58
4.7.1 Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.7.2 <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.7.3 Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.7.4 Harga, <i>Word of mouth</i> dan Lokasi Secara Bersama – sama	

Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.8 Keterbatasan Penelitian .....	60
<b>BAB V : Penutup</b>	
5.1 Simpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	19
3.1 Pengukuran Variabel dengan Skala <i>Likert</i> .....	30
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan .....	36
4.5 Kelas Interval.....	37
4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	37
4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	39
4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi .....	40
4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (KP).....	42
4.10 Hasil Uji Validitas .....	44
4.11 Hasil Uji Reabilitas.....	45
4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	46
4.13 Hasil Uji Normalitas Statistik .....	49



4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
4.15 Hasil Uji F .....	51
4.16 Hasil Uji t .....	53
4.17 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Rerangka Konseptual.....	26
4.1 Grafik Uji Normalitas.....	48
4.2 Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas.....	51

## **Daftar Lampiran**

Lampiran	Halaman
1. Tabulasi Penelitian .....	67
2. Kuisisioner Penelitian .....	80
3. Karakteristik Responden .....	85
4. Tanggapan Responden .....	88
5. Uji Validitas .....	95
6. Uji Reliabilitas .....	99
7. Uji Heteroskedastisita .....	102
8. Uji Normalitas .....	103
9. Surat Balasan Pelaksanaan Penelitian .....	104
10. Kartu Bimbingan .....	105