

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Buchari Alma. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fitrori, I. 2018. Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth, Promosi, Harga, Kualitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(9):1-20.
- Ghozali, I. 2017. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Edisi Ketiga. Universitas Diponegoro (UNDIP). Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Cetakan Keempat. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Habibah, U. dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(1): 31-48.
- Habir, H., Z. Zahara dan Farid. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 4(3):211-218.
- Hasan, A. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Herman Malau., 2017., *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta, Bandung.
- Hidayat, T. 2020. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen* 17(2):95-105.
- Hurriyati, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. ALFABETHA. Bandung.

- Husen, A., S. Sumowo dan A.F. Rozi. 2018. Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4(2):127-143.
- Husen, A., S. Sumowo dan A.F. Rozi. 2018. Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4(2):127-143.
- J.Paul Peter dan Jerry C.Olson. 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, Gary, 2019. *Principle Of Marketing*, Pearson Education, Inc. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2016. *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., and Kevin, K., L., 2016., *Marketing Management*. Pearson Education, United State of America.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Fifteenth Edition. Pearson Pretice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Fourteenth Edition. Terjemahan Bob Sabran. Prentice-Hall Published. New Jersey.
- Kurniawan. H.D. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara* 1(4):73-82.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Selemba Empat. Jakarta.
- Ningrum, A.S. dan S. Suryoko. 2018. Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Peacockoffie Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Political* 8(1):164-173.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA* 4(2):60-69.

- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior Jilid II* diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. Bandung .
- R. Panji Gita Priambudi dan Endang Setyowati 2017. Analisa Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Hal 433 – 450
- Rosa Claudia Rosidi 2018 Pengaruh Persepsi Harga, Fasilitas, Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Turnitin*
- Sangaji, E.M. dan Sopiiah. 2010. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Santosa, P.I. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Sari, F.F. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(6):1-15.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sofian Kurniata, Hotman Panjaitan dan Wiwik Retnaningsih 2014. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implant Orthopedi (ZIMMER) Pada PT.Gana Semesta Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 1 No.1. hal. 11 - 21
- Sofjan Assauri., 2018., *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1.,Rajawali Pers, Jakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. CV.Afabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika terapan:Teori dan aplikasi dengan SPSS*. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Tabulasi Penelitian.

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berkunjung
1	Sulis	Perempuan	17 – 24	Pegawai Negeri	1 - 3 Kali
2	Bagus Prasetyo W	Laki – Laki	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
3	Ahmad Zainun	Laki – Laki	17 – 24	Wiraswasta	> 6 Kali
4	Hasan Farizal Arsyad	Laki – Laki	17 – 24	Wiraswasta	1 - 3 Kali
5	Maya Fitri Andani	Perempuan	33 – 40	Wiraswasta	> 6 Kali
6	Disa Pranata	Laki – Laki	17 – 24	Wiraswasta	> 6 Kali
7	Andry Sudioanto	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
8	Tata Elviana	Perempuan	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
9	titaa elviani	Perempuan	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
10	Zolla vicky p	Laki – Laki	17 – 24	Lainnya	1 - 3 Kali
11	Endang	Perempuan	>40 Tahun	Pegawai Negeri	> 6 Kali
12	Roychan Uzaqqy	Laki – Laki	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
13	Ivan	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
14	Aris	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
15	Arif Eko Saputro	Laki – Laki	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
16	Rina Kurniawan	Laki – Laki	33 – 40	Wiraswasta	> 6 Kali
17	Ferry Setiawan	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
18	Kukuh aryo	Laki – Laki	33 – 40	Wiraswasta	> 6 Kali
19	Santy	Perempuan	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali

20	Arik	Perempuan	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
21	Syarifah Nurtriana	Perempuan	>40 Tahun	Pegawai Negeri	> 6 Kali
22	Antonia	Perempuan	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
23	Nimas Ayu Praha Belfas	Perempuan	17 – 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
24	Melandy Kurnia putra	Laki – Laki	25 – 32	Lainnya	> 6 Kali
25	Arsha Dana Lucky	Laki – Laki	25 – 32	Lainnya	1 - 3 Kali
26	Angga Saputra	Laki – Laki	25 – 32	Wiraswasta	1 - 3 Kali
27	Indana Zulfa	Perempuan	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
28	Yusuf tri hartanto	Laki – Laki	25 - 32	Lainnya	> 6 Kali
29	Fadhilatus	Laki – Laki	33 - 40	Wiraswasta	> 6 Kali
30	Reni	Perempuan	33 - 40	Lainnya	1 - 3 Kali
31	Ali ma'ruf	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	> 6 Kali
32	Bangun Ekaprasetia	Laki – Laki	33 - 40	Wiraswasta	> 6 Kali
33	Dwi cahyo	Laki – Laki	33 - 40	Lainnya	> 6 Kali
34	Cindy putri	Perempuan	17 - 24	Lainnya	4 - 6 Kali
35	Via	Perempuan	25 - 32	Wiraswasta	> 6 Kali
36	Hana	Perempuan	25 - 32	Lainnya	> 6 Kali
37	Dian Puspitasari	Perempuan	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
38	Hogie Agung Sundoko	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Kali
39	Awani Cantik	Perempuan	17 - 24	Lainnya	> 6 Kali
40	Rachmad	Laki – Laki	17 - 24	Lainnya	> 6 Kali
41	Andhika Kristoni	Laki – Laki	33 - 40	Wiraswasta	> 6 Kali

42	Wahyu Firda Pratama	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
43	Sinta Wibawanti	Perempuan	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Kali
44	Nowok Yudha	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
45	Agung	Laki – Laki	25 - 32	Wiraswasta	> 6 Kali
46	Richson	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	4 - 6 Kali
47	PRIMA RAMDANI	Laki – Laki	17 - 24	Lainnya	> 6 Kali
48	Anita	Perempuan	33 - 40	Lainnya	1 - 3 Kali
49	Ahmad Musaddad	Laki – Laki	17 - 24	Lainnya	1 - 3 Kali
50	Aisya balbisi	Perempuan	17 - 24	Lainnya	1 - 3 Kali
51	Ari	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
52	Ardhi Yudha mardianto	Laki – Laki	25 - 32	Lainnya	> 6 Kali
53	Dewi Emilia	Perempuan	25 - 32	Lainnya	> 6 Kali
54	Hari Bejono	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
55	SATRIYA	Laki – Laki	33 - 40	Lainnya	> 6 Kali
56	Ernawati	Perempuan	25 - 32	Wiraswasta	> 6 Kali
57	Fiky Firmansyah	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	1 - 3 Kali
58	danang istianto	Laki – Laki	25 - 32	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
59	Supriati	Perempuan	33 - 40	Wiraswasta	> 6 Kali
60	Ambarwati	Perempuan	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
61	rendy darmawan	Laki – Laki	33 - 40	Wiraswasta	> 6 Kali
62	dewi suraheni	Perempuan	25 - 32	Wiraswasta	> 6 Kali
63	hari subarno	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
64	sofyan hadi	Laki – Laki	33 - 40	Lainnya	> 6 Kali

65	Tukiyo	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
66	murti rahayu	Perempuan	25 - 32	Wiraswasta	4 - 6 Kali
67	wawan sucipto	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
68	lilik subagio	Laki – Laki	>40 Tahun	Pegawai Negeri	> 6 Kali
69	hendrik	Laki – Laki	25 - 32	Wiraswasta	4 - 6 Kali
70	Suharno	Laki – Laki	17 - 24	Lainnya	4 - 6 Kali
71	didik pracoyo	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
72	sator setyawan	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
73	hery saputra	Laki – Laki	>40 Tahun	Pegawai Negeri	> 6 Kali
74	ahmad fatoni	Laki – Laki	33 - 40	Lainnya	> 6 Kali
75	Waluyo	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
76	sri rahayu	Perempuan	>40 Tahun	Lainnya	4 - 6 Kali
77	Rismono	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	4 - 6 Kali
78	arif eko saputra	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	> 6 Kali
79	wahyono duwi	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
80	lutfi wijaya putra	Laki – Laki	25 - 32	Wiraswasta	> 6 Kali
81	momong prasetyo adi	Laki – Laki	>40 Tahun	Wiraswasta	> 6 Kali
82	sri rahayu	Perempuan	25 - 32	Wiraswasta	4 - 6 Kali
83	indra rustanto	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
84	dania anggara	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	> 6 Kali
85	keji rahadi	Laki – Laki	33 - 40	Wiraswasta	4 - 6 Kali
86	keiken sapta	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
87	raka pinuntun	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
88	alfiah nurdianti	Perempuan	17 - 24	Lainnya	> 6 Kali

89	robby maulana putra	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
90	Soekarman	Laki – Laki	33 - 40	Pegawai Negeri	> 6 Kali
91	lionetta destiana putri riyanti	Perempuan	17 - 24	Lainnya	> 6 Kali
92	ravandiny ajeng tiyas	Perempuan	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
93	ahmad faliqul isbah	Laki – Laki	17 - 24	Wiraswasta	> 6 Kali
94	lukma bagus prakasa	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
95	Sumarno	Laki – Laki	>40 Tahun	Pegawai Negeri	> 6 Kali
96	ayu Rosita	Perempuan	25 - 32	Pegawai Negeri	> 6 Kali
97	hadi walujo	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
98	candra bakti	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali
99	fajar ari saftaji	Laki – Laki	>40 Tahun	Lainnya	> 6 Kali
100	Maryono	Laki – Laki	17 - 24	Pelajar/Mahasiswa	> 6 Kali

Harga (X1)					World of Mouth (X2)			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	Total
1	2	2	2	7	2	2	4	8
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	4	18	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	3	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15

5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	3	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	4	5	18	5	4	5	14
5	4	4	5	18	4	5	4	13
5	5	5	5	20	4	5	5	14
4	3	3	4	14	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	4	5	18	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	4	5	14

3	3	3	4	13	5	4	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	5	5	5	15
5	5	4	5	19	5	5	5	15
5	5	4	5	19	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	5	4	17	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	4	4	17	5	5	5	15
4	4	5	5	18	5	3	5	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	16	5	5	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	4	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	3	3	15	5	4	5	14
5	5	4	4	18	5	5	3	13
5	5	5	5	20	5	4	5	14
4	5	4	5	18	5	5	5	15

5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	5	4	4	17	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	5	4	4	17	4	4	4	12
5	5	5	4	19	4	5	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	5	4	18	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	5	5	15
4	5	4	4	17	4	4	4	12
4	4	5	5	18	5	5	5	15
4	4	4	4	16	5	5	5	15
4	4	5	5	18	5	5	5	15
5	5	5	4	19	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	4	4	4	12
5	5	4	5	19	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15

4	4	5	5	18	4	5	5	14
5	5	3	4	17	5	5	5	15
5	5	5	4	19	4	5	4	13
4	4	5	5	18	5	5	5	15
4	4	5	5	18	5	5	5	15
4	5	5	4	18	4	3	5	12
5	5	5	5	20	4	5	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	5	19	5	5	5	15
4	5	5	5	19	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	5	5	18	4	5	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15

Lokasi (X3)							Keputusan Pembelian (Y)			
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total	Y1	Y2	Y3	Total
3	3	2	4	3	2	17	2	3	2	7
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	15

5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	3	5	5	4	5	27	5	4	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	14
5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	3	5	5	5	5	28	5	4	5	14
5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	14
4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	9
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15

5	3	5	5	5	5	28	4	4	4	12
5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	13
3	3	3	4	3	3	19	3	3	4	10
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
4	3	5	5	5	5	27	4	4	4	12
5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	3	5	5	5	4	27	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
3	3	5	5	5	5	26	5	4	5	14
5	2	5	5	3	5	25	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
4	2	4	5	3	4	22	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	12
5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15

5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
4	2	5	5	5	5	26	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	3	2	2	5	22	5	5	5	15
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	15
5	5	5	4	5	5	29	4	4	4	12
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	4	4	5	28	5	4	5	14

4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15

Lampiran 2

Kuisisioner Melalui Google Form

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

Saya Bimo Prasetyo Raharjo (1211700018) dari Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya. Saya Di Pati Jawa Tengah sedang melakukan penelitian sebagai persyaratan skripsi tentang Pengaruh Harga, *Word of Mouth* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Saya sangat berterimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i yang berkenan membantu saya dalam melakukan penelitian ini. Silahkan diisi dan memberikan jawaban dengan tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner dibawah ini:

1. IDENTITAS RESPONDEN

- a) Nama Lengkap
- b) Jenis Kelamin
 - Laki – laki
 - Perempuan
- c) Usia
 - 17 - 24 Tahun
 - 25 - 32 Tahun

- 33 - 40 Tahun
 - > 40 Tahun
- d) Pekerjaan
- Pelajar/Mahasiswa
 - Wiraswasta
 - Pegawai Negeri
 - Lainnya
- e) Telah Berkunjung Sebanyak
- 1 - 3 Kali
 - 4 - 6 Kali
 - > 6 Kali

2. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah masing - masing jawaban pada pertanyaan kuesioner dibawah dengan rincian jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

CS : Cukup Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

a) Harga (HG)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh kedai fresh & coffee shop					

	perko Di Pati Jawa Tengah sangat terjangkau oleh konsumen					
2.	Kesesuaian harga yang ditawarkan oleh kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah sesuai dengan produk yang didapatkan oleh konsumen					
3.	Produk yang ditawarkan oleh kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah memiliki daya saing harga yang baik dengan pesaing lainnya					
4.	Harga yang ditawarkan oleh kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah					

b) *Word of Mouth* (WM)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Konsumen mendapatkan informasi dari teman/keluarga/orang lain					

	mengenai kedai fresh & coffe shop perko Di Pati Jawa Tengah secara jelas dan membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi kedai fresh & coffe shop perko Di Pati Jawa Tengah					
2.	Informasi yang diberikan oleh teman/keluarga/orang lain mengenai kedai fresh & coffe shop perko Di Pati Jawa Tengah dapat membuat konsumen baru penasaran dengan minuman dari kedai fresh & coffe shop perko Di Pati Jawa Tengah sehingga termotivasi untuk mengunjungi kedai tersebut					
3.	Konsumen mengunjungi kedai fresh & coffe shop perko Di Pati Jawa Tengah karena mendapat rekomendasi dari teman/keluarga/orang lain					

c) Lokasi (LK)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Akses menuju kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah sangat mudah dijangkau oleh konsumen					

2.	Lokasi kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah sangat mudah terlihat oleh konsumen					
3.	Lokasi dari kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah bebas dari banyaknya orang berlalu lalang dan kemacetan					
4.	Kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman					
5.	Kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah memiliki lokasi yang sangat didukung oleh lingkungan sekitar					
6.	Lokasi dari pesaing kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah tidak menjadikan hambatan untuk tetap bersaing secara sehat					

d) Keputusan Pembelian (KP)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Adanya kebutuhan akan minuman kopi dengan harga terjangkau dan rasa yang unik untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian minuman di kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah					
2.	Timbulnya keinginan atas produk minuman di kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah berdasarkan lokasi dan rasa yang membuat konsumen ketagihan sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian minuman di kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah					
3.	Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah didasarkan pada harga dan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian minuman					

	di kedai fresh & coffee shop perko Di Pati Jawa Tengah					
--	---	--	--	--	--	--

Lampiran 3

Karakteristik Responden

Jenis_Kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - laki	68	68,0	68,0	68,0
Valid Perempua n	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Usia

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 24 Tahun	36	36,0	36,0	36,0
25 - 32 Tahun	17	17,0	17,0	53,0
33 - 40 Tahun	21	21,0	21,0	74,0
> 40 Tahun	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	17	17,0	17,0	17,0
Wiraswasta	36	36,0	36,0	53,0
Pegawai Negeri	13	13,0	13,0	66,0
Lainnya	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Telah_Berkunjung_Sebanyak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 3 Kali	12	12,0	12,0	12,0
4 - 6 Kali	9	9,0	9,0	21,0
>6 Kali	79	79,0	79,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 4

Tanggapan Responden

1. Frekuensi distribusi tanggapan responden terhadap variabel Harga (Hg)

Statistics

		Hg1	Hg2	Hg3	Hg4	Total_Hg
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,31	3,35	3,34	3,50	13,50
Sum		331	335	334	350	1350

Hg1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,0	5,0	5,0
	TS	15	15,0	15,0	20,0
	N	39	39,0	39,0	59,0
	S	26	26,0	26,0	85,0
	SS	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hg2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7,0	7,0	7,0
	TS	15	15,0	15,0	22,0

N	36	36,0	36,0	58,0
S	20	20,0	20,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hg3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	4	4,0	4,0	4,0
TS	17	17,0	17,0	21,0
N	34	34,0	34,0	55,0
S	31	31,0	31,0	86,0
SS	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hg4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	4	4,0	4,0	4,0
TS	16	16,0	16,0	20,0
N	29	29,0	29,0	49,0
S	28	28,0	28,0	77,0
SS	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Frekuensi distribusi tanggapan responden terhadap variabel *Word of Mouth* (Wm)

Statistics

		Wm1	Wm2	Wm3	Total_Wm	Wm
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,45	3,43	3,55	10,43	3,4769
Sum		345	343	355	1043	347,69

Wm1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	7	7,0	7,0	10,0
	N	41	41,0	41,0	51,0
	S	40	40,0	40,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Wm2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	5	5,0	5,0	9,0
	N	43	43,0	43,0	52,0

S	40	40,0	40,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Wm3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	4	4,0	4,0	4,0
TS	10	10,0	10,0	14,0
N	27	27,0	27,0	41,0
S	45	45,0	45,0	86,0
SS	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

3. Frekuensi distribusi tanggapan responden terhadap variabel Lokasi (Lk)

Statistics

		Lk1	Lk2	Lk3	Lk4	Lk5	Lk6	Total_ Lk
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,42	3,19	3,25	3,23	3,29	3,36	19,74
Sum		342	319	325	323	329	336	1974

Lk1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	20	20,0	20,0	23,0
	N	31	31,0	31,0	54,0
	S	24	24,0	24,0	78,0
	SS	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lk2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8,0	8,0	8,0
	TS	16	16,0	16,0	24,0

N	42	42,0	42,0	66,0
S	17	17,0	17,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lk3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	7	7,0	7,0	7,0
TS	21	21,0	21,0	28,0
N	31	31,0	31,0	59,0
S	22	22,0	22,0	81,0
SS	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lk4

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	11	11,0	11,0	11,0
TS	14	14,0	14,0	25,0
N	32	32,0	32,0	57,0
S	27	27,0	27,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lk5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	7	7,0	7,0	7,0
TS	19	19,0	19,0	26,0
N	29	29,0	29,0	55,0
S	28	28,0	28,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lk6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	7	7,0	7,0	7,0
TS	15	15,0	15,0	22,0
N	33	33,0	33,0	55,0
S	25	25,0	25,0	80,0
SS	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

4. Frekuensi distribusi tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (KP)

Statistics

	KP1	KP2	KP3	Total_KP	KP
--	-----	-----	-----	----------	----

N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,37	3,17	2,36	8,90	2,9666
Sum		337	317	236	890	296,66

KP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,0	3,0	3,0
	TS	9	9,0	9,0	12,0
	N	46	46,0	46,0	58,0
	S	32	32,0	32,0	90,0
	SS	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7,0	7,0	7,0
	TS	14	14,0	14,0	21,0
	N	42	42,0	42,0	63,0
	S	29	29,0	29,0	92,0
	SS	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	28	28,0	28,0	28,0
TS	22	22,0	22,0	50,0
N	39	39,0	39,0	89,0
S	8	8,0	8,0	97,0
SS	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5

Validitas

1. Uji Validitas Harga (Hg)

Correlations

	Hg1	Hg2	Hg3	Hg4	Total_Hg	
Hg1	Pearson Correlation	1	,773**	,705**	,643**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Hg2	Pearson Correlation	,773**	1	,775**	,780**	,931**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Hg3	Pearson Correlation	,705**	,775**	1	,767**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100

Hg4	Pearson Correlation	,643**	,780**	,767**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_Hg	Pearson Correlation	,866**	,931**	,901**	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

2. Uji Validitas *Word of Mouth* (Wm)

Correlations

		Wm1	Wm2	Wm3	Total_Wm
Wm1	Pearson Correlation	1	,813**	,767**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Wm2	Pearson Correlation	,813**	1	,829**	,942**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Wm3	Pearson Correlation	,767**	,829**	1	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_Wm	Pearson Correlation	,918**	,942**	,935**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	

4. Uji Validitas (KP)

Correlations

		KP1	KP2	KP3	Total_KP
KP1	Pearson Correlation	1	,592**	,525**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	,592**	1	,563**	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	,525**	,563**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_KP	Pearson Correlation	,821**	,856**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Lampiran 6

Reliability

1. Uji Reliabilitas Harga (Hg)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	4

2. Uji Reliabilitas *Word of Mouth* (Wm)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	3

3. Uji Reliabilitas Lokasi (Lk)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	6

4. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (KP)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	3

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,532	,518	,57771

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,469	3	12,156	36,423	,000
	Residual	32,040	96	,334		
	Total	68,509	99			

a. Dependent Variable: KP

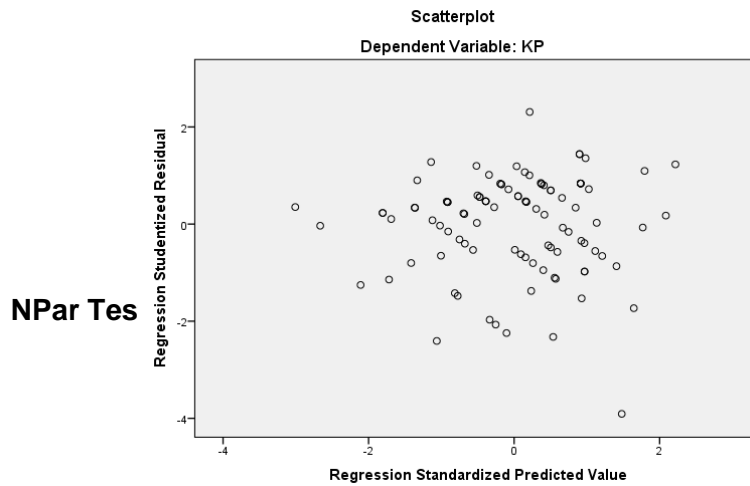
b. Predictors: (Constant), Lk, Wm, Hg

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,083	,308		,268	,785
	Hg	,202	,063	,241	3,206	,002
	Wm	,208	,073	,212	2,865	,006
	Lk	,450	,058	,558	7,805	,000

Lampiran 7

Uji Heteroskedastisitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

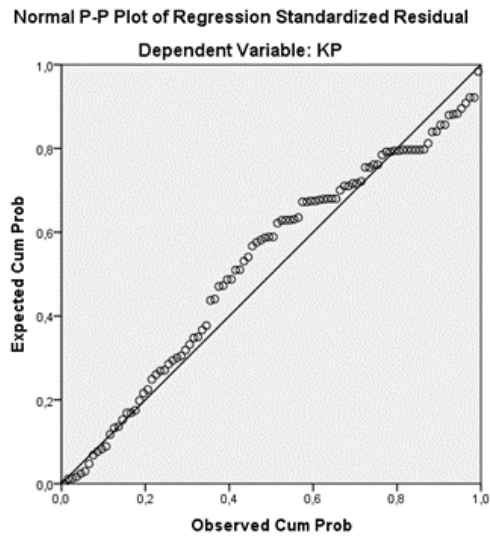
		Unstandardize d Residual	Standardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7	0E-7
	Std. Deviation	,56889324	,98473193
	Absolute	,118	,118
Most Extreme Differences	Positive	,069	,069
	Negative	-,118	-,118
Kolmogorov-Smirnov Z		1,183	1,183
Asymp. Sig. (2-tailed)		,122	,122

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8

Uji Normalitas





KEDAI FRESH & COFFEE SHOP "PERKO"

No : 0021/I/Perko/2022

Hal : Permohonan izin melakukan penelitian

Kepada Yth,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dengan hormat,

Berdasarkan surat Permohonan izin melakukan penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan ini kami menyetujui diadakannya penelitian skripsi di Kedai Fresh & Coffee Shop "Perko" Kota PATI Jawa Tengah.

Dengan judul penelitian dan nama mahasiswa :

Judul : Pengaruh Harga, *Word of Mouth* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Fresh & Coffee Shop PERKO, PATI JAWA TENGAH

Nama : Bimo Prasetyo Raharjo

NBI : 1211700018

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas 17 Agustus 1945

Demikian Surat izin Penelitian ini di buat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Pati, 18 Januari 2022

Hormat Saya,



Andry Sudyanto Prasetyo, SE

Owner Kedai Perko



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAS) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus: Jl. Semolowatu 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

MAR 2021

SEMESTER
Gasal / Genap
 /

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NIM

BIMO Prasetyo R / 121170028

Nama Pembimbing

Drs. Eo Rudy Santoso, M.M.

Judul Skripsi

Pengaruh Harga, word of

mouth dan lokasi Terhadap keputusan

Pembelian pada kedai Fresh & coffee shop Perko Pati Jawa Tengah



Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
	17 Juni	proposal	Revisi	
	24 Juni	proposal	R	
	1 Juli	proposal	Aec	
	20 Juli	I, II, III	Revisi	
	6 Agustus	I, II, III	Revisi	
	21 Agustus	I, II, III	Aec	
	10 Sept	IV+V	R	
	27 Sept	IV+V	Revisi	
	19 Oktober	IV+V	Revisi	
	31 Desember	IV+V	Aec	

Perpanjangan I

Semester

Th. Ak.

Paraf Kajar

Surabaya, 31/12/2021

(Nama dan tanda tangan Pembimbing)