

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI BLOK B KOPI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Novita Oktavianingsih
NPM : 41183402180194



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

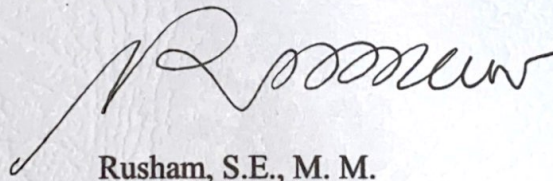
**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI BLOK B KOPI**

Tanggal : 24 Agustus 2022

Oleh

Novita Oktavianingsih
NPM : 41183402180194

Disetujui,
Pembimbing



Rusham, S.E., M. M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

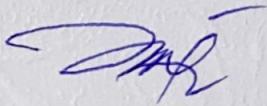
PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI BLOK B KOPI

Tanggal : 31 Agustus 2022

Oleh

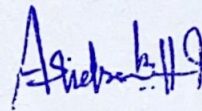
Novita Oktavianingsih
NPM : 41183402180194

Penguji I



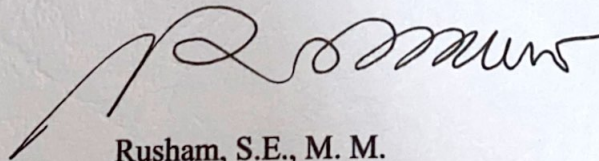
Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M. E.

Penguji II



Tri Elsa Susilawati, S.E., M. B. A

Mengetahui,
Pembimbing



Rusham, S.E., M. M.



Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novita Oktavianingsih

NPM : 41183402180194

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Promosi, Lokasi Dan *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Blok B
Kopi.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan / sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 18 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Novita Oktavianingsih

ABSTRACT

Novita Oktavianingsih (41183402180194)

The Effect of Promotion, Location And Word Of Mouth On Purchase Decisions At The Blok B Coffee Shop.

Pages + Tables + Pictures + Attachments

Keywords: Promotion, Location, Word Of Mouth And Purchase Decision.

The purpose of this study was to determine the effect of promotion, location and word of mouth on purchasing decisions at the Blok B Coffee Shop. The research method used is descriptive quantitative. The sample used in this study was 100 respondents from Block B Kopi consumers who had visited and purchased the product at least three times, in this study using purposive sampling method. Data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS version 25.0 program.

In this study, the regression coefficient (β_1) of the promotion variable is 0.250, (β_2) the location variable is 0.261 and (β_3) the word of mouth variable is 0.812. The results of this study also show that promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, with the results of t count of 2.197 greater than t table 1.660 with a significance level of 0.030 less than 0.05. Location variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with the results of t-count of 2.643 greater than t-table of 1.660 with a significance level of 0.010 less than 0.05. and the word of mouth variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with the results of t count of 4,604 greater than t table of 1,660 with a significance level of 0.000 less than 0.05. There is a simultaneous significant effect between the independent variables namely Promotion, Location and Word Of Mouth on the dependent variable, namely the purchase decision at the Blok B Coffee shop with a calculated F value of $29.880 > F$ table value ($\alpha = 0.05$ $df = 3$ $df_2 = 96$) = 2.70 and a significance value of 0.000 less than 0.05. The results of the coefficient of determination indicate a relationship between the independent variable and the dependent variable with the interpretation of the coefficient is 0.695 and the value of R square is 0.483.

References : 27 (2008 – 2020)

ABSTRAK

Novita Oktavianingsih (41183402180194)

Pengaruh Promosi, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Blok B Kopi.

Halaman + Tabel + Gambar + Lampiran

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, *Word Of Mouth* Dan Keputusan Pembelian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Blok B Kopi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen Blok B Kopi yang telah berkunjung dan membeli produk minimal tiga kali pembelian, pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 25.0.

Dalam penelitian ini menunjukkan koefisien regresi (β_1) variabel promosi sebesar 0,250, (β_2) variabel lokasi sebesar 0,261 dan (β_3) variabel *word of mouth* sebesar 0,812. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil t hitung sebesar 2.197 lebih besar dari t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 0.030 lebih kecil dari 0.05. Variabel Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil t hitung sebesar 2.643 lebih besar dari t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 0.010 lebih kecil dari 0.05. dan variabel *Word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil t hitung sebesar 4.604 lebih besar dari t tabel 1.660 dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas yakni Promosi, Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian pada kedai Blok B Kopi dengan nilai F hitung sebesar 29,880 > nilai F tabel ($\alpha=0.05$ df = 3 df2= 96) = 2,70 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hasil koefisien determinasi menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan interpretasi koefisiennya adalah 0,695 dan nilai R square sebesar 0,483.

Daftar Pustaka : 27 (2008 – 2020)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Blok B Kopi”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian berlangsung, tentu tidak terlepas dari hambatan. Tetapi, dengan adanya bimbingan dari dosen pembimbing, dukungan serta doa dari orangtua dan semua pihak yang ikut terlibat dalam proses penelitian ini, maka hambatan yang ada dapat terlewati.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih atas segala bentuk bantuan, kritik, motivasi, dukungan, bimbingan dan doa kepada:

1. Rusham, S.E., M. M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan perhatian kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Rianti Setyawasih, Ir, M.E. dan Ibu Tri Elsa Susilawati, SE, M.B.A selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji Skripsi penulis.
5. Dosen dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu yang lebih baik.
6. Kedua orang tua yang saya cintai dan sangat terhormat, Bapak Jajang Tresna dan Ibu Nining Suhardiningsih, juga kaka saya Sania Nur Gustiani. Terima

kasih untuk kasih sayang, doa, dukungan moral dan material sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan studi ini dengan baik, semoga penulis dapat membanggakan kalian.

7. Kepada Muhammad Iqbal Ulin Nuha(Miun) terimakasih karena selalu memberikan dukungan, doa, bersedia menjadi pendengar akan keluhan penulis dan selalu siap sedia saat penulis membutuhkannya, terimakasih telah menjadi saksi atas perjuangan selama menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Bapak Aditya dan Ibu Kurnia selaku pemilik kedai Blok B Kopi Terima kasih sudah memberikan tempat penelitian untuk penyelesaian tugas akhir.
9. Kepada sahabat terbaik Nurul Fadhila, terima kasih telah menemani, bersedia menjadi pendengar keluhan kesah serta memberikan support, motivasi, saran ,doa dari waktu ke waktu, dari tahun ke tahun dan banyak membantu dalam penyusunan skripsi
10. Kepada sahabat SMP, Eriastie Layyana, Diah Ayu, Imel Miranti Dan Sarah Septiani, Terima kasih sudah memberikan doa, dukungan, motivasi, saran, kritik dan hiburan, dari waktu ke waktu dan dalam penyelesaian tugas akhir.
11. Kepada sahabat SMK Firda Nur Azizah Ipin, terima kasih telah menemani penulis, bersedia menjadi pendengar keluhan kesah penulis serta memberikan support, motivasi, saran ,doa dari waktu ke waktu.
12. Kepada Teman-teman girl's Putri Safira Miladina, Novi Tya Warman, Afifah Tiara Sari, dan Siti Fatimah yang sudah menemani selama perkuliahan serta memberikan doa, dukungan, saran dan motivasi yang luar biasa.
13. Kepada teman perkuliahan dan teman perbimbingan, Rizka Nurhanifa, nadia dan Qoriatun terimakasih atas bantuan, dukungan dan berjuang bersama dalam penyelesaian tugas akhir.
14. Kepada teman-teman Blok B Kopi Tama, Doni, Dicky, Zaim, Fatih, Bale terima kasih atas bantuan, dukungan dan doanya.

15. Kepada Teman-teman angkatan 2018 jurusan manajemen yang telah sama-sama berjuang dan terimakasih atas segala suka duka, serta kenangan yang menyenangkan.

16. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, memberikan semangat, dukungan serta doa kepada penulis. Terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan bagi kemajuan di bidang manajemen pemasaran. Aamiin.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, Agustus 2022

Penulis,

Novita Oktavianingsih

41183402180194

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup Dan Pembatasan Masalah	9
1.5 Sistematika Pelaporan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi perilaku pembelian	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2 Promosi	15
2.2.1 Pengertian Promosi	15
2.2.2 Tujuan Promosi	16

2.2.3 Indikator Promosi.....	16
2.3 Lokasi.....	17
2.3.1 Pengertian Lokasi.....	17
2.3.2 Pentingnya Lokasi Strategis.....	18
2.3.3 Faktor Dalam Menentukan Lokasi.....	19
2.3.4 Indikator lokasi	19
2.4 <i>Word Of Mouth</i>	19
2.4.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	19
2.4.2 Jenis Jenis <i>Word Of Mouth</i>	20
2.4.3 faktor faktor yang mempengaruhi <i>word of mouth</i>	21
2.4.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	21
2.5 Penelitian Terdahulu	22
2.6 Kerangka Pemikiran.....	25
2.7 Hipotesis	27
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.1.1 Metode Penelitian	31
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.1.3 Populasi Dan Sampel	31
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Instrumen Penelitian.	34
3.5 Deskripsi Variabel Penelitian.....	34
3.5.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	34
3.5.2 Variabel Promosi (X1).....	35

3.5.3 Variabel Lokasi (X2)	36
3.5.4 Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X3)	36
3.6 Metode Analisis Data	37
3.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	37
3.8 Uji Asumsi Klasik	38
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.9.1 Analisis Data dan Uji Hipotesis	40
3.9.1.2 Uji T (parsial)	40
3.9.1.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	42
4.1.2.1 Visi	42
4.1.2.2 Misi	42
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian	42
4.3 Profil Responden	42
4.4 Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	44
4.4.1 Hasil Uji Validitas	44
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	48
4.5 Deskripsi Analisis Data	49
4.5.1 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Promosi (X1)	49
4.5.2 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Lokasi (X2)	51
4.5.3 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2)	53
4.5.4 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55

4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.6.1 Uji Normalitas.....	57
4.6.2 Uji Multikolinearitas	58
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.7 Hasil Uji Hipotesis	59
4.7.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.7.2 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis (Uji t).....	62
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
4.8 Pembahasan.....	64
4.8.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kedai Blok B Kopi.	64
4.8.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian kedai Blok B Kopi.....	64
4.8.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian kedai Blok B Kopi.	65
BAB V	68
PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan	3
Tabel 1. 2 Daftar Kompetitor	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia.....	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Promosi	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	48
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	49
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi.....	52
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Word Of Mouth.....	53
Tabel 4. 11 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Berganda	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Berganda	60
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4. 18 Koefisiensi Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 kerangka pemikiran.....	26
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	75
Lampiran 2 Hasil Testimoni	82
Lampiran 3 Hasil Wawancara	83
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Kuesioner Keputusan Pembelian.....	85
Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Kuesioner Promosi	87
Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden Kuesioner Lokasi	90
Lampiran 7 Hasil Jawaban Responden Kuesioner Word Of Mouth.....	93
Lampiran 8 Hasil Analisis Data	85
Lampiran 9 Tabel F	106
Lampiran 10 Tabel R	107
Lampiran 11 Tabel T.....	108
Lampiran 12 Surat Keputusan Skripsi	109
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	110
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	111
Lampiran 15 Riwayat Hidup.....	113

Novita Skripsi

ORIGINALITY REPORT

31 %

SIMILARITY INDEX

29 %

INTERNET SOURCES

17 %

PUBLICATIONS

20 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2 %
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2 %
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
4	positori.usu.ac.id Internet Source	1 %
5	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
7	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1 %
8	repository.unugha.ac.id Internet Source	1 %
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %