

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, LOKASI, KUALITAS
PRODUK, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* DI BEKASI
TIMUR**

SKRIPSI

**OLEH:
RENATA JUNIAR
202110325264**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Renata Juniar

Nomor Pokok : 202110325264

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Eri Bukhari, S.E., M.T.

NIDN. 0309097005



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN. 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Renata Juniar

Nomor Pokok : 202110325264

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.
NIDN. 0314118601

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M.
NIDN. 0331078303

Penguji : Eri Bukhari, S.E., M.T.
NIDN. 0309097005

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M.
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bekasi Timur ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,

The block contains an official stamp of Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, which is a circular emblem with a green border and a red center. Inside the red center is a white star and the text 'BIKSA MAHWASTU DASI'. Below the star is a banner with the text 'JAKARTA RAYA'. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Renata Juniar

202110325264

ABSTRAK

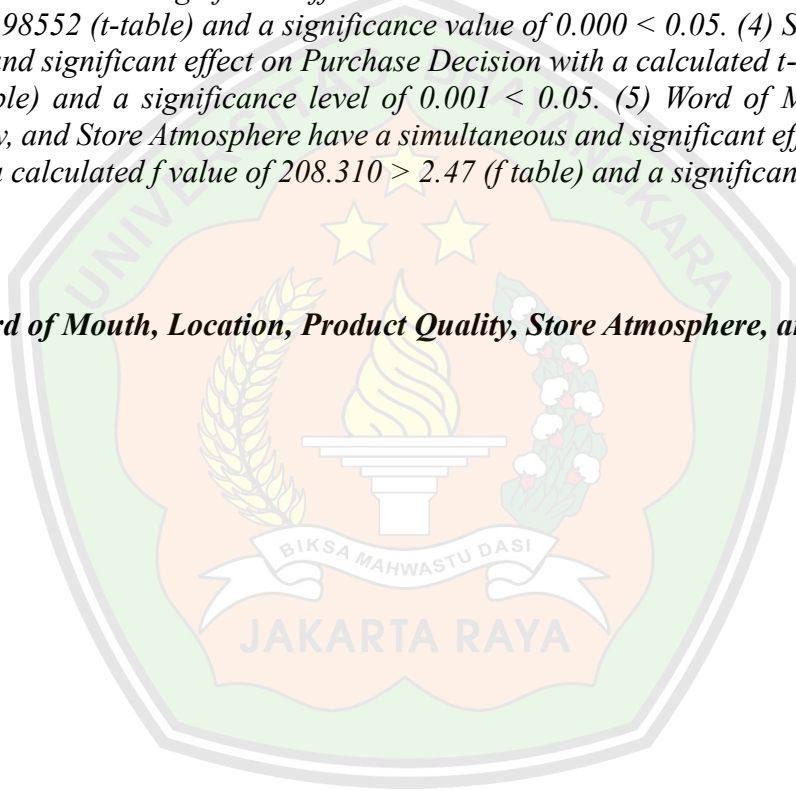
Penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bekasi Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini memiliki kriteria konsumen yang telah mengunjungi *coffee shop* di Bekasi Timur. Pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan mengolah data dengan alat bantu analisis SPSS 25. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar $2.812 > 0.198552$ (t tabel) dan nilai signifikansi sebesar $0.006 < 0.05$. (2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar $4.478 > 0.198552$ (t tabel) dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar $14.720 > 0.198552$ (t tabel) dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. (4) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung sebesar $3.481 > 0.198552$ (t tabel) dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. (5) *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai f hitung sebesar $208.310 > 2.47$ (f tabel) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to determine the influence of word of mouth, location, product quality, and store atmosphere on purchasing decisions at coffee shops in East Bekasi. The study used a quantitative method. The population in this study consisted of consumers who had visited coffee shops in East Bekasi. The sample was collected using purposive sampling. The number of samples used in this study is 100 respondents. Data were collected through questionnaire distribution and data processed using the SPSS 25 analysis tool. The results of this study indicate that: (1) Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a calculated t-value of $2.812 > 0.198552$ (t-table) and a significance value of $0.006 < 0.05$. (2) Location has a positive and significant effect on Purchase Decision with a t-value of $4.478 > 0.198552$ (t-table) and a significance level of $0.000 < 0.05$. (3) Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a calculated t-value of $14.720 > 0.198552$ (t-table) and a significance value of $0.000 < 0.05$. (4) Store Atmosphere has a positive and significant effect on Purchase Decision with a calculated t-value of $3.481 > 0.198552$ (t-table) and a significance level of $0.001 < 0.05$. (5) Word of Mouth, Location, Product Quality, and Store Atmosphere have a simultaneous and significant effect on Purchase Decision with a calculated f value of $208.310 > 2.47$ (f table) and a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Word of Mouth, Location, Product Quality, Store Atmosphere, and Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bekasi Timur**”.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam menyampaikan teori. Maka dari itu, dengan segala rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan, bimbingan serta saran yang membangun kepada penulis.

5. Eri Bukhari, S.E., M.T. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
6. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
8. Teruntuk Ibu Nurharyanti dan Bapak Irwyn, serta seluruh saudara dan keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dengan penuh keikhlasan, sehingga saya dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan lancar.
9. Kepada Benaya Aushaf yang telah meluangkan banyak waktu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan support dalam berbagai situasi, menjadi partner untuk bertukar pikiran dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan penulis dari awal memulai perkuliahan hingga akhir Desvita Setyanie, Nurmala, dan Rasyida Yanuardi yang sudah memberikan support, menjadi partner untuk bertukar pikiran dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Penulis

Renata Juniar

202110325264



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Keputusan Pembelian	18
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	18
2.1.2 Faktor Keputusan Pembelian	19
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2 <i>Word of Mouth</i>	20

2.2.1 Definisi <i>Word of Mouth</i>	20
2.2.2 Faktor <i>Word of Mouth</i>	22
2.2.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	22
2.3 Lokasi.....	23
2.3.1 Definisi Lokasi.....	23
2.3.2 Faktor Lokasi	24
2.3.3 Indikator Lokasi	25
2.4 Kualitas Produk.....	25
2.4.1 Definisi Kualitas Produk.....	25
2.4.2 Faktor Kualitas Produk	26
2.4.3 Indikator Kualitas Produk	27
2.5 <i>Store Atmosphere</i>	27
2.5.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	27
2.5.2 Faktor <i>Store Atmosphere</i>	29
2.5.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	29
2.6 Telaah Empiris.....	30
2.7 Kerangka Konseptual.....	36
2.8 Hipotesis Penelitian.....	37
2.8.1 Pengembangan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi Penelitian.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.2 Teknik Pengukuran Data	44
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	45
3.4.1 Pengertian Variabel	45
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.5.1 Teknik Analisis Data	47
3.5.2 Uji Instrumen	47
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.5 Uji Hipotesis	51
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Kota Bekasi	53
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Gambaran Responden	54
4.2.2 Identitas Responden	55
4.3 Hasil Analisis Data	57
4.3.1 Uji Instrumen	58
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.3.4 Uji Hipotesis	67
4.3.5 Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76

5.3 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Secara Umum	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel	46
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Meminum Kopi	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X1)	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X2)	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (X3)	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas (X4)	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas (Y)	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.14 Hasil Uji T Analisis Linear Berganda	66
Tabel 4.15 Hasil Uji T	68
Tabel 4.16 Hasil Uji F	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Peta Administrasi Kecamatan Bekasi Timur.....	54
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	63
Gambar 4.3 Scatter Plot	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Uji Plagiarisme	84
Lampiran 2 - Uji Referensi	87
Lampiran 3 - Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 4 - Data Tabulasi Responden	103
Lampiran 5 - Hasil Uji Output SPSS 25	117
Lampiran 6 - Buku Bimbingan	127
Lampiran 7 - Daftar Riwayat Hidup	131

