

PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA DOLAN KOPI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

FELICIA LISWANDANY
18012010059/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2022

SKRIPSI

PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DOLAN KOPI SURABAYA

Disusun Oleh :

FELICIA LISWANDANY
18012010059/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 08 Juli 2022

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M.
NIP. 196106261988031001

Pembimbing Pendamping

Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M.
NPT. 380121002881

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur**

19 5 JUL 2022

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, bersyukur atas penyertaan Tuhan Yesus penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DOLAN KOPI SURABAYA**". Penyusunan skripsi ini berguna untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, disampaikan oleh beberapa pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, saran, dorongan serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan tersusun dengan baik. Tidak lupa pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M dan Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk penulis untuk memberikan masukan, arahan, dan motivasi selama bimbingan dalam proses membantu penelitian ini.
5. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan mengarahkan penulis mengenai hal akademik

6. Mama dan papa yang telah memberikan doa dan dukungan, baik moril maupun materi untuk kemajuan serta kelancaran karya ilmiah ini.
7. Kepada diri sendiri yang telah berjuang dan mampu menyelesaikan penelitian hingga akhir dengan baik. Terima kasih karena selalu berpikir positif dan percaya bahwa semuanya bisa dilalui.
8. Kepada Viona, Dita, Kiftya, Rama, Ali, Salas yang telah bertukar pikiran, memberikan saran, semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Kepada Tanti, Amadea, Levania, Roni dan Jonathan yang telah mendoakan, memberikan motivasi dan arahan selama penulisan karya ilmiah ini.
10. Kepada Ricky, Timotius, Rico yang telah membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Kepada teman-teman KPPM GKJW Sidotopo yang telah mendoakan dan memberi semangat, terkhusus Theresia dan mas Yosua yang selalu mengerti dan peduli isi hati penulis.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini sangat diharapkan. Besar harapan semoga mendapat penelitian ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Surabaya, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	14
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 Lokasi.....	17
2.2.2.1 Pengertian Lokasi	17
2.2.2.2 Faktor-faktor dalam Pemilihan Lokasi	17
2.2.2.3 Indikator Lokasi	19
2.2.3 Word of Mouth.....	20
2.2.3.1 Pengertian Word of Mouth	20
2.2.3.2 Jenis-jenis Word of Mouth.....	22
2.2.3.3 Elemen-Elemen Word of Mouth	22
2.2.3.4 Indikator Word of Mouth.....	23
2.2.4 Keputusan Pembelian	25
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.2.4.2 Tahapan dalam Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4.3 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	28

2.2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	29
2.3	Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2	Hubungan Word of Mouth Dengan Keputusan Pembelian	31
2.4	Kerangka Konseptual.....	32
2.5	Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN		34
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1	Lokasi (X1)	34
3.1.2	Word of Mouth (X2).....	34
3.1.3	Keputusan Pembelian (Y)	35
3.1.4	Pengukuran Variabel.....	36
3.2	Teknik Penentuan Sampel.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Jenis Data	38
3.3.2	Sumber Data.....	39
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	39
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	39
3.4.1	Teknik Analisis Data	39
3.4.2	Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif	41
3.4.2.1	Model Indikator Refleksif.....	41
3.4.2.2	Model Indikator Formatif	43
3.4.3	Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	46
3.4.4	Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS).....	46
3.4.5	Langkah – Langkah Metode Partial Least Square (PLS).....	47
3.4.6	Asumsi Partial Least Square (PLS)	55
3.4.7	Ukuran Sampel	55
3.4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.4.8.1	Uji Validitas	55
3.4.8.2	Uji Reliabilitas.....	56
BAB IV		57

HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.3 Analisis Data	66
4.4 Pembahasan Penelitian.....	77
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
KUISIONER.....	84

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 KONSUMSI KOPI NASIONAL (2016-2021)	2
GAMBAR 1. 2 OMZET PENJUALAN DOLAN KOPI SURABAYA 2019-2021.....	6
GAMBAR 2. 1 PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	26
GAMBAR 2. 2 KERANGKA KONSEPTUAL	33
GAMBAR 3. 1 PRINCIPAL FACTOR (REFLECTIVE) MODEL	43
GAMBAR 3. 2 COMPOSITE LATENT VARIABLE (FORMATIVE) MODEL.....	45
GAMBAR 3. 3 LANGKAH - LANGKAH ANALISIS PLS	47
GAMBAR 3. 4 DIAGRAM JALUR PLS	49

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 DATA PENGUNJUNG DOLAN KOPI SURABAYA	8
TABEL 4. 1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	59
TABEL 4. 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	60
TABEL 4. 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	61
TABEL 4. 4 FREKUENSI HASIL JAWABAN RESPONDEN MENGENAI LOKASI	62
TABEL 4. 5 FREKUENSI HASIL JAWABAN RESPONDEN MENGENAI WORD OF MOUTH	63
TABEL 4. 6 FREKUENSI HASIL JAWABAN RESPONDEN MENGENAI KEPUTUSAN PEMBELIAN	65
TABEL 4. 7 OUTLIER DATA	67
TABEL 4. 8 OUTER LOADINGS (MEAN, STDEV, T-VALUES)	69
TABEL 4. 9 CROSS LOADING.....	70
TABEL 4. 10 AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)	71
TABEL 4. 11 COMPOSITE RELIABILITY	72
TABEL 4. 12 LATENT VARIABLE CORRELATIONS	73
TABEL 4. 13 R-SQUARE	75
TABEL 4. 14 PATH COEFFICIENTS (MEAN, STDEV, T-VALUES).....	76

PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DOLAN KOPI SURABAYA

Oleh:

FELICIA LISWANDANY
18012010059/FEB/EM

ABSTRAK

Tren konsumsi kopi saat ini semakin meningkat, mengakibatkan persaingan dalam industri kedai kopi menjadi sangat kompetitif dan perlu diimbangi melalui inovasi untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui adanya pengaruh dari lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli di Dolan Kopi Surabaya. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan responden melalui *accidental sampling*. Sampel yang diambil berjumlah 88 responden. Data yang digunakan yaitu data primer berupa data kuesioner hasil jawaban terhadap responden. Analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan dari hasil penelitian dikemukakan bahwa lokasi dan *word of mouth* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Dolan Kopi Surabaya

Kata Kunci: Keputusan Pembelian; Lokasi; *Word of Mouth*.