

ABSTRAK

Judul Penelitian: Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Minimaxx Kota Kediri

Dosen Pembimbing : Drs. Bambang Suwarsono., M.M
: Brahma Wahyu K, SE., M.Pd
Nama Mahasiswa : Karina Kusuma Ardana
NPM : 20130210324

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM), harga, dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada kedai Minimaxx Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini yaitu seluruh konsumen kedai Minimaxx yang tidak diketahui jumlahnya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus hair et. Al. dan diperoleh sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menyajikan beberapa pernyataan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari hasil uji t dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari hasil uji t dengan nilai sig. $0,003 < 0,05$. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari hasil uji t dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. *Electronic word of mouth* (E-WOM), harga, dan lokasi secara

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	15
2.2.1 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	15
2.2.2 Harga	18
2.2.3 Lokasi.....	19
2.2.4 Keputusan Pembelian	21
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	26

2.3.1 Pengaruh secara parsial antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh secara parsial antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh secara parsial antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.4 Pengaruh secara simultan antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4 Kerangka Teoritik	29
2.5 Formula Hipotesis.....	30
2.6 Hipotesis	31
2.6.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.6.2 Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.6.3 Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.	32
2.6.4 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), Harga dan Lokasi Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Ruang Lingkup.....	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Lokasi Penelitian	33
3.4 Populasi Dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34

3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	34
3.7 Data Dan Teknik Pengumpulannya	35
3.7.1 Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.8 Identifikasi Variabel.....	37
3.8.1 Variabel Independen	37
3.8.2 Variabel Dependen.....	38
3.9 Definisi Operasional Variabel	39
3.10 Teknik Analisis.....	39
3.10.1 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.10.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	48
4.1.3 Analisis Statistik.....	61
4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	73
4.2.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Minimaxx Kota Kediri Secara Parsial.....	73

4.2.2 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kedai Minimaxx Kota Kediri Secara Parsial.....	73
4.2.3 Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kedai Minimaxx Kota Kediri Secara Parsial.....	74
4.2.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM), Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kedai Minimaxx Kota Kediri Secara Simultan.....	75
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79