

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar” yang ditulis oleh Rizka Bica Indriyani, NIM 12405183380, pembimbing Bintis Ti’anatud Diniati, S.Pd., M.Sc.

Kata Kunci : *Word of mouth*, harga, kualitas produk, lokasi, keputusan pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan persaingan dalam dunia bisnis, salah satunya adalah bisnis dalam bidang makanan atau kuliner. Untuk bisa memenangkan pangsa pasar, pengusaha harus menarik konsumen sebanyak-banyaknya dengan cara menentukan harga dengan tepat, membuat produk yang berkualitas dan memilih lokasi usaha yang strategis. Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar salah satu usaha kuliner yang memiliki harga yang baik, kualitas produk yang baik dan terletak pada lokasi yang strategis. Dengan hal-hal baik yang dimiliki oleh Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar, orang-orang sering membahasnya yang disebut dengan *word of mouth*.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan tentang (1) Pengaruh variabel *word of mouth*, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar ; (2) Pengaruh variabel *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (3) Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (4) Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (5) Pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif kemudian untuk sampelnya menggunakan teknik non *probability sampling* dan menggunakan jenis *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yakni konsumen Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa : (1) *Word of mouth*, harga, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (2) *Word of mouth* (WOM) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (3) Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (4) Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar; (5) Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Makanan Kedaton Kuliner Blitar.

ABSTRACT

Thesis titled “The Influence of Word of Mouth (WOM), Price, Product Quality, and Location on Purchase Decisions for Products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store” written by Rizka Bica Indriyani, Student ID 12405183380, supervised by Bintis Ti'anatud Diniati, S.Pd., M.Sc.

Keywords: Word of mouth, price, product quality, location, purchasing decision.

This study is motivated by the rapid development of competition in the business world, particularly in the food or culinary industry. To win market share, businesses must attract as many consumers as possible by setting appropriate prices, producing high-quality products, and selecting strategic business locations. Kedaton Kuliner Blitar Food Store is one culinary business that offers good prices, high-quality products, and is located in a strategic location. Due to these positive attributes, people often discuss the store through word of mouth.

The objectives of this study are to contribute to scientific knowledge regarding: (1) The influence of word-of-mouth, price, product quality, and location on purchasing decisions for Kedaton Kuliner Blitar Food Store products; (2) The influence of word-of-mouth on purchasing decisions for Kedaton Kuliner Blitar Food Store products; (3) The influence of price on purchasing decisions for Kedaton Kuliner Blitar Food Store products; (4) The influence of product quality on purchasing decisions for Kedaton Kuliner Blitar Food Store products; (5) The influence of location on purchasing decisions for Kedaton Kuliner Blitar Food Store products.

The method used in this study is quantitative associative, with the sample using non-probability sampling techniques and accidental sampling. The sample size consists of 100 respondents, namely consumers of Kedaton Kuliner Blitar Food Store.

The results of this study indicate that: (1) Word of mouth, price, product quality, and location collectively have a significant influence on purchasing decisions for products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store; (2) Word of mouth (WOM) does not have a significant influence on purchasing decisions for products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store; (3) Price does not significantly influence purchasing decisions for products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store; (4) Product quality significantly influences purchasing decisions for products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store; (5) Location significantly influences purchasing decisions for products at Kedaton Kuliner Blitar Food Store.