

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BOBA SERIES EFERSON.CO BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



Oleh :

**NURAENI FATWATI
NPM : S1- 19200124**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *WORD OF MOUTH*, HARGA, LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOBA SERIES
EFERSON.CO BOGOR

OLEH : NURAENI FATWATI

NPM : S1- 19200124

Disetujui,
Pembimbing

(SUMARDJONO, S.E., M.M.)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Dimas Ari Darmantyo, S.Pi, M.Sc)

Mengetahui,
Ketua Prodi

Mengetahui,
Dekan

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth*, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Boba Series Eferson.co Bogor. Fenomena meningkatnya tren minuman kekinian seperti boba di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, mendorong persaingan yang ketat antar pelaku usaha minuman. Dalam kondisi tersebut, penyebaran informasi melalui word of mouth, penetapan harga yang sesuai, serta pemilihan lokasi yang strategis menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Eferson.co Bogor, dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *Word of Mouth*, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Boba Series Eferson.co Bogor. Secara parsial, variabel Harga memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh *Word of Mouth*, sedangkan variabel Lokasi menunjukkan pengaruh yang lebih rendah. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi pemasaran dan kebijakan harga yang tepat agar Eferson.co Bogor mampu mempertahankan minat dan loyalitas konsumen di tengah persaingan bisnis minuman boba yang semakin ketat.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Boba Series Eferson.co Bogor”. Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak Sumardjono, S.E., M.M., sebagai pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan prosposal ini.
5. Staff pengajar Universitas Binaniaga Indonesia.
6. Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia yang telah melalui perkuliahan bersama dan Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia kelas manajemen dan rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan saling mendukung satu sama lain.

7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, Agustus, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Manajemen Pemasaran	17
B. <i>Word of Mouth</i>	18
C. Harga (<i>Price</i>)	22
D. Lokasi (<i>Place</i>)	28
E. Keputusan Pembelian	31
F. Penelitian Terdahulu	39
G. Kerangka Pemikiran	43
H. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Metodologi Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Operasional Variabel	49

D. Populasi dan Sampel	52
E. Jenis dan Sumber Data	54
F. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	57
3. Uji Asumsi Klasik.....	58
4. Analisis Korelasi	61
G. Analisis Deskriptif	63
H. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
I. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
A. Sejarah Perusahaan	71
B. Profil Responden	74
C. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas	77
1. Uji Validitas	77
2. Uji Reliabilitas	80
3. Uji Asumsi Klasik	81
D. Statistik Deskriptif	86
E. Koefisien Korelasi	101
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
G. Uji Hipotesis	103
1. Uji t	103
2. Uji F	104
3. Koefisien Determinasi (R^2)	106
H. Pembahasan	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pra Survey <i>Word of Mouth</i> (WOM) Boba Series Bogor	6
Tabel 2	Laporan Penjualan Boba Series Eferson.co Tahun 2021-2023	7
Tabel 3	Harga Minuman Boba Berbagai Merek di kota Bogor	9
Tabel 4	Pra Survey Lokasi Boba Series Bogor	10
Tabel 5	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 6	Operasional Variabel	51
Tabel 7	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	63
Tabel 8	Indeks Jawaban Responden.....	65
Tabel 9	Profil Responden	75
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X1)	77
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	78
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)	79
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 15	Uji Linieritas variabel <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 16	Uji Linieritas variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	83
Tabel 17	Uji Linieritas variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	84
Tabel 18	Hasil Uji Multikolinieritas.....	84
Tabel 19	Kriteria Skor Variabel Penelitian	86
Tabel 20	Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> (X1)	87
Tabel 21	Distribusi Jawaban responden pada variable <i>Word of Mouth</i> (X1)	89
Tabel 22	Statistik Deskriptif Variabel Harga (X2)	90
Tabel 23	Distribusi Jawaban responden pada variable Harga (X2) ...	92
Tabel 24	Statistik Deskriptif Variabel Lokasi (X3)	94
Tabel 25	Distribusi Jawaban responden pada variable Lokasi (X3) ...	96
Tabel 26	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	97

Tabel 27	Distribusi Jawaban responden pada Variabel Keputusan Pembelian	99
Tabel 28	Hasil Uji Korelasi	101
Tabel 29	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	102
Tabel 30	Hasil Uji t.....	103
Tabel 31	Hasil Uji F	105
Tabel 32	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Minuman favorit dalam pesan antar makanan online	1
Gambar 2	Harga Boba Series.....	8
Gambar 3	Lokasi Boba Series.....	9
Gambar 4	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 5	Logo Boba Series Eferson.co BOGOR.....	71
Gambar 6	Struktur Organisasi Boba Series Eferson.co BOGOR	73
Gambar 7	Hasil Uji Normal	81
Gambar 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	119
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	125
Lampiran 3	Output Uji Validitas dan Reliabilitas	129
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuisisioner	135
Lampiran 5	Output Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 6	Output Uji	148
Lampiran 7	Profil Responden	150
Lampiran 8	Output Statistik Deskriptif	151
Lampiran 9	Tabel r	167
Lampiran 10	Tabel t	168
Lampiran 11	Tabel F	169