

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Warung Kopi Cak Wang Jember. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan alat bantu Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Kopi Cak Wang Jember. Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan program SPSS versi 21. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini variabel produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), *word of mouth* (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengelolaan data taraf signifikansinya (Parsial) diperoleh produk (0,004), harga (0,002), lokasi (0,000), *word of mouth* (0,000). Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 64% terhadap keputusan pembelian pada Warung Kopi Cak Wang Jember. Sedangkan untuk sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : produk, harga, lokasi, *word of mouth*, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product, price, location and word of mouth on purchasing decisions at Cak Wang Jember Coffee Shop. In this study data collection using questionnaire tools. The population in this study were all consumers of Cak Wang Jember Coffee Shop. Sampling using purposive sampling with a sample of 50 respondents. The analytical method used is multiple linear regression with SPSS version 21 program. The results of regression analysis in this study product variables (X_1), price (X_2), location (X_3), word of mouth (X_4) have a significant positive effect on purchasing decisions (Y). From the data management, the significance level (Partial) is obtained by the product (0.004), price (0.002), location (0,000), word of mouth (0,000). The determination coefficient received a 64% contribution to the purchase decision at Cak Wang Jember Coffee Shop. Whereas the remaining 36% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: *product, price, location, word of mouth, purchase decision.*

