



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH
POCI DI TEMPUREJO JEMBER**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala*

Disusun Oleh :

MAYA URSILA
NIM : 21030402

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA
JEMBER
2025**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES
TEH POCI DI TEMPUREJO JEMBER**

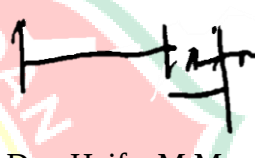
Nama : Maya Ursila
NIM : 21030402
Program Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten


Drs. Muhaimin Dimyati, M.Si
NIDN. 0712106002

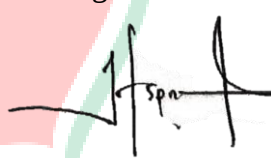

Dra. Haifa, M.M
NIDN. 0721066602

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala

Kaprodi Manajemen
Institut Teknologi dan Sains Mandala


Dr. Agustin H. P, M.M
NIDN. 0717086201


Nely Supeni, S.E., M.M.
NIDN. 0722128103

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES
TEH POCI DI TEMPUREJO JEMBER**

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 9 Juli 2025
Jam : 12.30 WIB
Tempat : Ruang Ujian ITS Mandala

Disetujui Oleh Tim Penguji Skripsi :

Dr. Agustin H.P., M.M.
Ketua Tim Penguji

(.....)

Dra. Haifa, M.M.
Sekertaris Tim Penguji

(.....)

Drs. M. Dimyati, M.Si
Anggota Tim Penguji

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala

Kaprodi Manajemen
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Dr. Agustin, HP. M.M
NIDN. 0717086201



Nely Supeni, S.E, M.M
NIDN. 0722128103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Ursila
NIM : 21030402
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH BRAND, HARGA, LOKASI,
KUALITAS PRODUK DAN WORD OF
MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ES TEH POCI DI TEMPUREJO
JEMBER**

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari Skripsi ini terbukti hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya siap menanggung risiko dibatalkannya karya ilmiah yang telah saya buat dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 15 Mei 2025

Yang menyatakan,



Maya ursila
NIM. 21030402

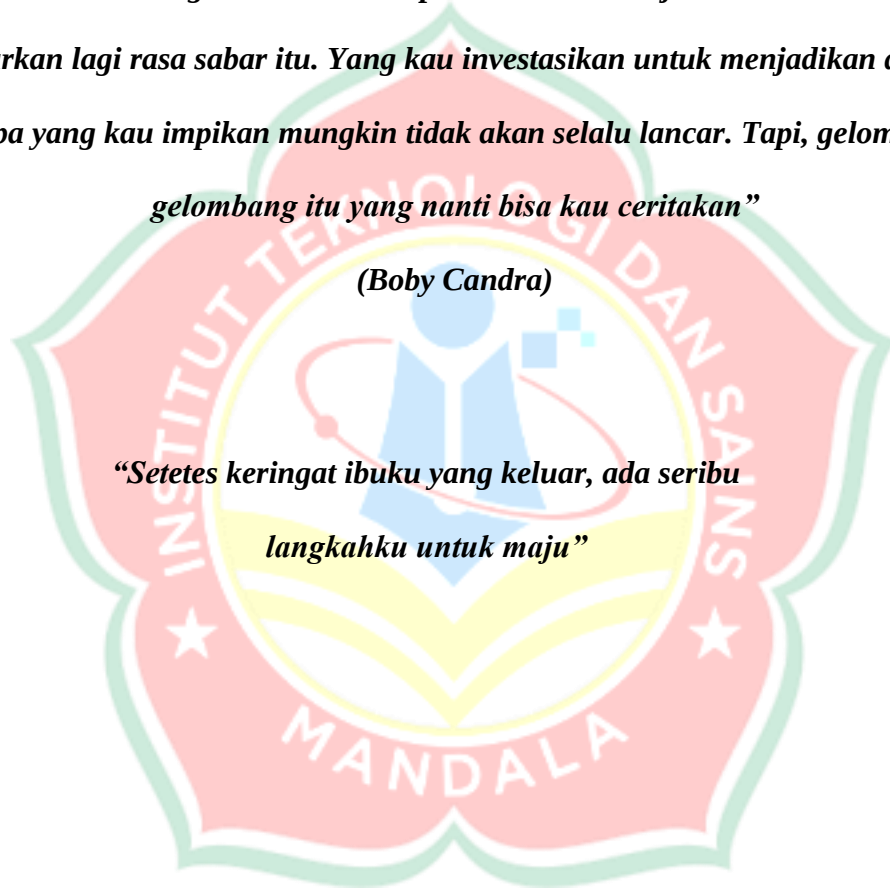
MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelahmu itu.

*Lebarkan lagi rasa sabar itu. Yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu
serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi, gelombang-
gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”*

(Boby Candra)

*“Setetes keringat ibuku yang keluar, ada seribu
langkahku untuk maju”*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"PENGARUH BRAND, HARGA, LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH POCI DI TEMPUREJO JEMBER"** sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen di ITS Mandala.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kementrian Pendidikan, Kemendikbud Dikti yang telah memberikan Beasiswa KIP-Kdi ITS Mandala Jember.
2. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E, M.M, M.P, selaku Rektor ITS Mandala.
3. Ibu Dr. Agustin H.P., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITS Mandala
4. Ibu Nely Supeni, S.E., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen ITS Mandala.
5. Bapak Drs. M. Dimyati, M. Si, selaku Dosen Pembimbing Utama saya ucapkan terima kasih telah membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini dan terima kasih atas kesempatan yang di berikan untuk memperdalam pemahaman dalam bidang studi Manajemen ini.
6. Ibu Dra. Haifah, M.M, selaku selaku Dosen Pembimbing Asisten saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan arahan yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini. dan memberikan waktu dan usaha yang telah diberikan dalam

membantu saya mengatasi kendala dan menemukan solusi dalam penelitian ini.

7. Bapak Ahmad Sauqi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan dan masukan kepada saya selama menjadi mahasiswa.
8. Segenap Dosen dan seluruh Karyawan ITS Mandala Jember.
9. Ayah Tercinta Alm. Bapak Qowim Suyanto. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh Pendidikan. Kepergianmu membuat penulis mengerti bahwa rindu yang paling menyakitkan adalah merindukan seseorang yang telah tiada, ragamu memang sudah tidak bisa penulis jangkau tapi namamu akan tetap menjadi motivasi terkuat sampai detik ini. Bapak, Alhamdulillah penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan tugas akhir ini, menyelesaikan tugas akhir ini walaupun pada akhirnya penulis harus berjuang tertatih sendiri tanpa kau temani. Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta tulus yang diberikan walaupun singkat tapi sangat berarti. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan bapak ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
10. Ibu Tercinta Siti Solehati. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan demi penulis. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan di bangku perkuliahan namun beliau senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian, kasih sayang tanpa batas dan dukungan hingga mampu menyelesaikan studinya memperoleh gelar sarjana. Saya sangat beruntung memiliki ibu yang luar biasa dan hebat seperti beliau. Semoga ibu selalu dalam

keadaan sehat, Panjang umur dan Bahagia selalu.

11. Kakak tercinta saya. Almh. Saufa Ursila. Beliau adalah kakak kembar saya yang sudah terlebih dahulu pergi. Kepergiannya sangat membuat saya merasakan kesedihan yang luar biasa. Terimakasih atas segala kebersamaan menemani penulis walaupun sampai semester 2. Penulis merasa bangga karena beliau saya bisa mengerti tentang semuanya.
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Afif Shodiq. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi banyak dalam karya tulis ini, baik tenaga, waktu maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal, mendukung dan mendengar keluh kesah dan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
13. Sahabat terdekat saya yang selalu kebersamai dalam 4 tahun ini yaitu: Devi Yunitasari, Umairoh, dan Yunita Novelia Anggraeni. Terimakasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis, banyak membantu penulis dari maba hingga dalam proses penulisan skripsi ini. *See you on top, guys.*
14. Teman-teman Kelas Terima kasih atas diskusi, tukar pikiran, dan kontribusi yang berharga dalam memperkaya pemahaman saya.
15. Terakhir diri sendiri, Maya Ursila. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba terima

kasih sudah kuat sampai akhir. Terima kasih sudah yakin kalau kamu mampu menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar yang sudah diusahakan selama ini. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses yang sudah kamu lalui selama penyusunan skripsi ini dan terima kasih telah menyelesaikan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Maya. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca. Peneliti juga mengharapkan adanya kritik dan saran membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, 15 Mei 2025

Maya Ursila
NIM. 21030402

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RINGKASAN EKSEKUTIF	xvi
ABSTRAK	17
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
2.2 Kajian Teori.....	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Brand Image	21
2.2.3 Harga	22
2.2.4 Lokasi	23
2.2.5 Kualitas Produk	25
2.2.6 Word of Mouth.....	26
2.2.7 Keputusan pembelian	27
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.3 Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Tempat/Lokasi Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Jenis Penelitian	35
3.4 Identifikasi Variabel	35
3.4.1 Variabel Bebas (Independen Variabel)	35
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)	36
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.5.1 Brand Image (X1)	36
3.5.2 Harga (X2)	37
3.5.3 Lokasi (X3)	37
3.5.4 Kualitas Produk (X4)	38
3.5.5 Word Of Mouth (X5)	38
3.5.6 Keputusan Pembelian (Y)	39
3.6 Metode Pengumpulan Data	39
3.7 Metode Analisis Data	41
3.7.1 Uji Instrumen Data	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.7.5 Uji Hipotesis.	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Responden	47
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.2 Analisis hasil Penelitian	56
4.2.1 Uji Instrumen Data	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	62

4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2.5 Uji Hipotesis.....	64
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.3.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.3.3 Pengaruh Lokasi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	71
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	71
4.3.5 Pengaruh Word Of Mouth (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	72
4.3.6 Pengaruh Brand Image (X1) Harga (X2) Lokasi (X3) Kualitas Produk (X4) dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	73
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Implikasi.....	74
5.3 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	15
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Brand Image	50
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	51
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Lokasi	52
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	53
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Word Of Mouth	54
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi R^2	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Data Responden	86
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	89
Lampiran 4 Uji Validitas.....	96
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	99
Lampiran 6 Uji Normalitas	101
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	101
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 9 Analisis Regresi Linear Berganda	102
Lampiran 10 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	102
Lampiran 11 Uji Hipotesis (Uji t).....	103
Lampiran 12 Uji Hipotesis (Uji F).....	103
Lampiran 13 r Tabel.....	104
Lampiran 14 t Tabel.....	105
Lampiran 15 F Tabel.....	107
Lampiran 16 Dokumentasi.....	109

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perubahan ekonomi di Indonesia mendorong persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di industri kuliner. Perusahaan-perusahaan harus beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis. Bisnis kuliner yang dulunya hanya menawarkan minuman sederhana kini harus bertransformasi dengan menghadirkan berbagai variasi produk baru untuk memenuhi selera konsumen yang semakin beragam. Minuman siap saji ini merupakan minuman yang telah melalui proses pengolahan dan siap dinikmati sesuai pesanan pelanggan.

Tujuan ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari kelima variabel independen terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah kedai Es Teh Poci. Periode penelitian ini yaitu dari bulan Desember - April 2024. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu kuesioner yang telah diisi oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Es Teh Poci di Tempurejo yang berjumlah 60 Responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand Image* (X1) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo. (2) Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo. (3) Lokasi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo. (4) Kualitas produk (X4) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo. (5) *Word Of Mouth* (X5) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo. (6) Variabel *Brand Image*, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Poci di Tempurejo.

Untuk meningkatkan keputusan pembelian pihak Es Teh Poci seharusnya lebih memperhatikan dan meningkatkan lokasi dengan memastikan lokasi yang nyaman dan mudah ditemukan oleh konsumen dan juga memastikan harga agar tetap stabil dan terjangkau dalam jangka waktu tertentu sehingga perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian Es Teh Poci di Tempurejo Jember. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Es Teh Poci di Tempurejo Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS *Statistics* 20. Uji yang digunakan yaitu uji instrumen data (uji validitas dan uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji t dan uji F. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Image, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth secara parsial terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Harga dan Lokasi secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan Brand Image, Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci di Tempurejo Jember.

Kata Kunci: *Brand Image*, Harga, Lokasi, Kualitas produk, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Price, Location, Product Quality, and Word Of Mouth on the purchasing decision of Es Teh Poci in Tempurejo Jember. This research is a type of quantitative research. The population in this study is Consumers of Es Teh Poci in Tempurejo Jember. The sample used was 60 respondents. The sampling technique used was Purposive sampling. The data analysis method used multiple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics 20. The tests used were data instrument tests (validity tests and reliability tests), classical assumption tests (normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests), t tests and F tests. the results of this study indicate that Brand Image, Product Quality, and Word Of Mouth partially have no significant influence on Purchasing Decisions, while Price and Location partially have a significant influence on Purchasing Decisions. Simultaneously, Brand Image, Price, Location, Product Quality, and Word Of Mouth have a significant influence on Purchasing Decisions of Es Teh Poci in Tempurejo Jember.

Keywords: *Brand Image, Price, Location, Product Quality, Word Of Mouth, Purchasing Decisions*

