



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
BOLEN DAN BAKPIA ALMAHIRA AMBULU**

Skripsi

*Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar S-1 Manajemen Pada
Minat Studi Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen*

Diajukan Oleh :

BEKTI RAHAYU

NIM. 21030256

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA

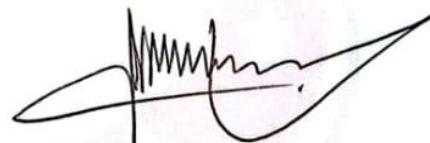
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BOLEN & BAKPIA
ALMAHIRA AMBULU**

Nama : Bkti Rahayu
Nim : 21030256
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran
Dosen Pembimbing Utama : Nely Supeni, S.E., M.M
Dosen Pembimbing Asisten : Saiful Amin, S.E., M.M

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten



Nely Supeni S.E., M.M

Saiful Amin, S.E., M.M

NIDN : 0722128103

NIDN : 0714068805

Menyetujui

Dekan FEB

Ka. Prodi Manajemen

Institut Teknologi dan Sains Mandala
Mandala

Institut Teknologi dan Sains


Dr. Agustin H.P., M.M
NIDN : 0717086201
Nely Supeni S.E., M.M
NIDN : 07221281

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA

PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
BOLEN & BAKPIA ALMAHIRA AMBULU

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 10 Mei 2025

Jam : 09.45 - Selesai

Tempat : Ruang Ujian Skripsi ITS Mandala

Disetujui Oleh Tim Penguji Skripsi

Dr. Hj. Yani Dahliani, S.E., M.M., M.B.A

Ketua Penguji

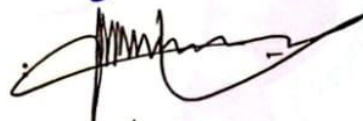
Saiful Amin, S.E., M.M

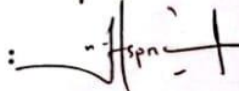
Sekretaris Penguji

Nely Supeni, S.E., M.M

Anggota Penguji

: 

: 

: 

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
ITS Mandala



Nely Supeni, S.E., M.M

NIDN : 07221281

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
ITS Mandala



Dr. Agustin H.P., M.M

NIDN : 0717086201

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Bkti Rahayu
NIM : 21030256
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image, Word Of Mouth, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bolen & Bakpia Almahira Ambulu*”** merupakan karya ilmiah yang saya buat sendiri. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka saya siap untuk menanggung resikonya terhadap skripsi yang telah saya buat ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, 23 Maret 2025


Bkti Rahayu
NIM.21030256

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati serta memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bolen & Bakpia almahira Ambulu” ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh jenjang gelar sarjana strata satu pada program studi manajemen di Institut Teknologi dan Sains Mandala.

Tugas ini dapat saya selesaikan atas bantuan dari Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan dan kesehatan kepada saya untuk selalu berjuang menyelesaikan tugas ini. Dan juga tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada pihak yang sudah membantu dan memberikan dukungan serta dorongan dalam bentuk apapun. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E, M.M, M.P, selaku Rektor Intitut Teknologi dan Sains Mandala
2. Ibu Nurshadrina Kartikasari, S.E,.M.M., selaku wakil rektor satu Institut Teknologi dan Sains Mandala
3. Ibu Dr. Yuniorita Indah Handayani, S.E.,M.B.A., selaku wakil rektor dua Institut Teknologi dan Sains Mandala
4. Bapak Dr. Dedy Wijaya Kusuma, S.T., M.Pd selaku wakil rektor tiga Institut Teknologi dan Sains Mandala
5. Ibu Dr. Agustin HP, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Intutut Teknologi dan Sains Mandala

6. Bapak Ahmad Sauqi S.E.,M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala

Saya ucapkan terimakasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas kesempatan yang diberikan untuk menempuh pendidikan serta mendapatkan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga di Institut Teknologi dan Sains Mandala

7. Terimakasih banyak kepada kemendikbud atas kesempatan beasiswa KIPK yang telah diberikan. Ini merupakan dukungan yang sangat berarti bagi saya dalam mengejar pendidikan dan meraih mimpi yang lebih baik.
8. Ibu Dr. Hj. Yani Dahliani S.E.,M.M.,M.B.A selaku ketua penguji pada sidang skripsi, saya ucapkan terimakasih telah memberikan saran dan masukan untuk penulisan skripsi sehingga dapat tersusun dengan baik skripsi ini.
9. Ibu Nely Supeni, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama, saya ucapkan terimakasih telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi dan Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk memperdalam pemahaman dalam bidang studi Manajemen ini.
10. Bapak Saiful Amin S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Asisten, terimakasih atas bantuan dan arahan yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini dan memberikan waktu serta usaha yang telah diberikan dalam membantu penulis mengatasi kendala dan menemukan solusi dalam penelitian ini.
11. Kepada orang tua saya Bapak Ribut Rawit dan Ibu Atim, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih banyak yang sebesar-besarnya atas

dukungan, cinta dan doa serta pengorbanan yang tak terhingga yang selama ini telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil, tanpa dukungan dari beliau penulis tidak akan sampai pada titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figure orangtua yang hebat dan terbaik bagi penulis.

12. Kepada Kakak Saya Yogi Prasanto, Nos Malmada dan Yuli Ayu Ningtyas terimakasih atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan selama penyusunan skripsi ini, terimakasih atas nasihat, bantuan dan diskusi yang bermanfaat bagi penulis.
13. Kepada Keponakan saya Fabian Arsenio Malamada & Fazia Alecia Malmada terimakasih telah menemani penulis dikala capeknya mengerjakan skripsi.
14. Kepada Alfi Nur Isnani Jamil, Aryanti Nafasatuz Zukhli, Dinda Handayani dan Himatul Aliyah selaku sahabat penulis yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan menjadi tempat keluh kesah serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi bagian dalam perjalanan penulis untuk sampai berada di titik ini, semoga Allah selalu memberikan perlindungan dan kemudahan kalian agar dapat mencapai semua keinginan kalian.
15. Kepada Dinda Handayani, Risa Umami, Gita Sabela, Riska Meifia, Putri Fitriana selaku teman seperjuangan penulis yang selalu memberikan dukungan, masukan dan motivasi kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

16. Kepada Ahada Salsabela, Alya Saomi Maulida dan Azrilia Nur Syafiqah selaku teman kos yang baik hati dan selalu memberikan waktunya untuk menemani penulis, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya. Sukses selalu buat kalian.

17. Kepada Owner Bolen & Bakpia Almahira saya ucapkan terimakasih atas ketersediaanya untuk menjadi objek dalam penelitian ini dan dapat membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan pembaca. Sekian dari penulis, semoga tugas akhir ini dapat memberikan pandangan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dunia pendidikan serta kebudayaan.

Jember, 23 Maret 2025

Bekti Rahayu
NIM.21030256

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mu lah engkau berharap”

(Q.S Al-Insyirah : 6-8)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut untuk diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Hanya karena tidak secepat yang lain, bukan berarti tertinggal, Semua sudah ada garisnya masing-masing. Hidup bukan perihal siapa yang tercepat, tetapi siapa yang mampu bertahan sampai akhir”

(Bekti Rahayu)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAM PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	x

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....7

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	23
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34

BAB III METODE PENELITIAN38

3.1 Tempat/Lokasi.....	38
3.2 Populasi & Sampel	38
3.3 Jenis Penelitian.....	39
3.4 Identifikasi Variabel.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	42
3.7 Metode Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Responden	49
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
4.2 Hasil Analisis Penelitian	59
4.2.1 Instrumen Data	59
4.2.1.1 Uji Validitas	59
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.2.1 Uji Normalitas	61
4.2.2.2 Uji Heterokedastisitas	62
4.2.2.3 Uji Multikolinieritas	63
4.2.3 Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	63
4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.2.5 Uji Hipotesis.....	66
4.2.5.1 Hasil Analisis Uji T.....	66
4.2.5.2 Hasil Analisis Uji F	69
4.3 Interpretasi.....	70
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	71
4.3.3 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	71
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	72
4.3.5 Pengaruh Lokasi (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	73
4.3.6 Pengaruh Brand Image (X1), Word Of Mouth (X2), Harga (X3), Kualitas Produk (X4) dan Lokasi (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	74

BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi	76
5.3 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu :	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4. 1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4. 2 Jumlah responden berdasarkan usia	50
Tabel 4. 3Jumlah responden berdsarkan Frekuensi Pembelian.....	51
Tabel 4. 4 Distribusi jawaban responden terhadap <i>Brand Image</i> (X1).....	52
Tabel 4. 5 Distribusi jawaban responden terhadap <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	53
Tabel 4. 6 Distribusi jawaban responden terhadap Harga (X3)	54
Tabel 4. 7 Distribusi jawaban responden terhadap Kualitas Produk (X4)	55
Tabel 4. 8 Distribusi jawaban responden terhadap Lokasi (X5)	56
Tabel 4. 9 Distribusi jawaban responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Koefien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Uji t	67
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Uji F	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	89
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	92
Lampiran 4 Deskripsi Responden	93
Lampiran 5 Distribusi Jawaban Responden	94
Lampiran 6 Uji Instrumen Data	102
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda	110
Lampiran 9 Koefisien Determinasi R^2	111
Lampiran 10 Uji Hipotesis	112
Lampiran 11 R tabel.....	113
Lampiran 12 t Tabel	114
Lampiran 13 F Tabel	139

Ringkasan Eksekutif

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini sangat tinggi, setiap perusahaan harus memiliki keunikan tersendiri untuk menarik perhatian konsumen. Seiring berkembang pesatnya usaha Bolen & Bakpia Almahira ini merupakan salah satu bisnis lokal diambulu yang memproduksi produknya sendiri dan menawarkan produknya berupa bolen & bakpia yang memiliki varian rasa. Bolen & Bakpia almahira memiliki kualitas rasa yang khas dan harga yang sangat terjangkau sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Owner Bolen & Bakpia Almahira ini juga mempromosikan produknya melalui sosial media sehingga dapat meningkatkan penjualannya, hingga sampai saat ini Bolen & Bakpia Almahira terus berkembang dengan berbagai macam produk yang mereka tawarkan. Sehingga tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk Bolen & Bakpia Almahira. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive sampling* dengan responden sebanyak 60.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t *Brand Image* (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Word Of Mouth* (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Lokasi (X5) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan hasil dari uji F menunjukkan bahwa *Brand image*, *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disarankan kepada Bolen & Bakpia Almahira untuk terus meningkatkan citra merek yang positif dan dapat mempertahankan kualitas produk dan harga agar dapat meningkatkan penjualannya.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Bolen & Bakpia Almahira Ambulu. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan teknik pengampilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi R^2 , Uji t dan Uji F menggunakan program olah data yaitu SPSS 20. Hasil dalam penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa *Brand Image* (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y), Variabel *Word Of Mouth* (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Lokasi (X5) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan secara simultan variabel *Brand Image* (X1), *Word Of Mouth* (X2), Harga (X3), Kualitas Produk (X4) dan Lokasi (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Brand Image, Word of Mouth, Price, Product Quality and Location on purchasing decisions for Bolen & Bakpia Almahira Ambulu. This research data was obtained through distributing questionnaires with a sample collection technique using purposive sampling. This type of research uses quantitative methods. The sample in this study was 60 respondents with predetermined criteria. The data analysis used was Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Multiple Linear Regression Analysis Test, R² Determination Coefficient, T Test and F Test using a data processing program, namely SPSS 20. The results in this research partially show that Brand Image (X1) partially has no significant effect on purchasing decisions (Y), Word of Mouth Variables (X2) partially have no significant effect on Purchasing Decisions (Y), Price. (X3) partially has a significant effect on Purchasing Decisions (Y), Product Quality (X4) partially has a significant effect on Purchasing Decisions (Y), Location (X5) partially has no significant effect on purchasing decisions (Y). Meanwhile, the variables Brand Image (X1), Word of Mouth (X2), Price (X3), Product Quality (X4) and Location (X5) simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions (Y).

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