

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kopi *Euy! (Coffe Shop)* Jl. Tamansari no.50 Bandung, baik secara simultan maupun parsial. Metode Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi. Pengajuan hipotesis ini melalui uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial dengan menggunakan program IBM SPSS 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, *word of mouth* dan keputusan pembelian berada pada kategori baik. Secara parsial *word of mouth* lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 59,8%. Sedangkan lokasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 22,5%. Sehingga didapat pengaruh *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 82,3%.

Kata Kunci : Lokasi, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of location and word of mouth on purchasing decisions on Kopi Euy! (Coffe Shop) Jl. Tamansari No. 50 Bandung, both simultaneously and partially. This research method uses descriptive and verification methods. The data analysis method used is validity and reliability test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis. Submission of this hypothesis through F test for simultaneous and t test for partial using IBM SPSS 20.0 program.

The results of this study indicate that location variables, word of mouth and purchasing decisions are in the good category. Partially word of mouth has a greater influence on purchasing decisions, amounting to 59.8%. While the location of its influence on purchasing decisions is equal to 22.5%. So that the influence of word of mouth and location on purchasing decisions is 82.3%.

Keywords: Location, Word of Mouth and Purchasing Decision.