

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth* dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian (survei pada konsumen kopi skuter6666). Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai *word of mouth*, lokasi, dan proses keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 88 orang. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi liner berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *word of mouth* dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *word of mouth* dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian secara simultan sebesar 70,05% dan sisanya 29,95% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *word of mouth* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 24,02% dan pengaruh lokasi terhadap proses keputusan pembelian sebesar 46,03%, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

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