

**PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ ES TEH
INDONESIA DI SAWANGAN KOTA DEPOK**

TUGAS AKHIR

SHIPA NUR FADILA

203402516205



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ ES TEH
INDONESIA DI SAWANGAN KOTA DEPOK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

SHIPA NUR FADILA

203402516205



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAI ES TEH INDONESIA DI SAWANGAN KOTA DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 29 Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan



Shipa Nur Fadila

NPM 203402516205



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA GERAI ES TEH INDONESIA
DI SAWANGAN KOTA DEPOK**

Nama Mahasiswa : Shipa Nur Fadila

Nomor Pokok : 203402516205

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 29 Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAI ES TEH INDONESIA DI SAWANGAN KOTA DEPOK**

Nama Mahasiswa : Shipa Nur Fadila

Nomor Pokok : 203402516205

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)



(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

Mengetahui

Rlt.Dekan



(Prof. Dr. Suryana Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta : 29 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 29 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ ES TEH INDONESIA DI SAWANGAN KOTA DEPOK

Oleh :

Shipa Nur Fadila

NPM : 203402516205

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi Produk, Lokasi dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jumlah sampel penelitian ini dikumpulkan dari pelanggan Es Teh Indonesia cabang Sawangan di Kota Depok, sampel pada kajian ini sebanyak 96 responden berdasarkan rumus Lemeshow. Menggunakan bantuan software SPSS (Statistical Program for Social Science) 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Variasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Word Of Mouth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Es Teh Indonesia di Sawangan Kota Depok.

Kata Kunci : Variasi Produk, Lokasi, Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION, LOCATION AND WORD OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS AT THE INDONESIAN ICE TEA STORE, SAWANGAN IN DEPOK CITY

By :

Shipa Nur Fadila

NPM : 203402516205

Final Project, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This research aims to determine the influence of product variation, location and word of mouth on purchasing decisions for Indonesian Iced Tea. This research uses quantitative methods, the number of samples for this research was collected from customers of Es Teh Indonesia Sawangan branch in Depok city, totaling 96 respondents. Using SPSS (Statistical Program for Social Science) 26.0 software.

The research results show that: Product variation has a positive and insignificant influence on purchasing decisions, location has a positive and significant influence on purchasing decisions and word of mouth has a positive and insignificant influence on purchasing decisions at the Sawangan of Indonesian Iced Tea in Depok City.

Keywords : Product Variation, Location, Word Of Mouth and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga Penulis ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ialah “Pengaruh Variasi Produk, Lokasi dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada gerai Es Teh Indonesia di Sawangan Kota Depok” Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang diajukan guna menyelesaikan program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, yaitu :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestri, S.E, M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan serta pengarahan selama proses penelitian dan penulisan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nasional yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
6. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Muksin Said, S.Pd., M.Si dan Ibu Lina Marlinayang selalu memberikan cinta dan kasih serta do'a yang selalu dipanjatkan kepada penulis.
7. Terimakasih Nenek Ibu Hj. Embang Mardiah, Adik M. Fauzan Hasby dan Kayshila Nur Nazira, serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan cinta yang luar biasa kepada penulis.

8. Terima kasih kepada teman-teman Wahyu Sya'adi, Fathurahman Cahyadika, Sahbani Hasibuan, Anil Khakim dan Rachmad Dharmawan yang selalu memberikan semangat kepada saya dimana saya ingin menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen 2020 untuk kebersamaan, bantuan, dan kerjasama selama menempuh studi di Manajemen.
10. Para staf administrasi dan pelayanan akademik Sekolah Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan pelayanan terkait akademik dan administrasi selama penulis menjalani proses belajar di Program Studi Manajemen.
11. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam Teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini saran dan kritik yang sifatnya membangun amat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan bisa memberikan sumbangan yang berarti kepada pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Agustus 2024



Shipa Nur Fadila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
3. Bauran Pemasaran	8
B. Keputusan Pembelian.....	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
3. Tahapan Keputusan Pembelian	11
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
C. Variasi Produk.....	13
1. Pengertian Variasi Produk	13

2. Tujuan Variasi Produk	14
3. Faktor yang mempengaruhi Variasi Produk	14
4. Indikator Variasi Produk	15
D. Lokasi	15
1. Pengertian Lokasi	15
2. Lokasi dalam Industri Jasa	16
3. Tipe Interaksi berdasarkan Lokasi	16
4. Indikator Lokasi	17
E. Word Of Mouth	17
1. Pengertian Word Of Mouth	17
2. Komponen Word Of Mouth	18
3. Alasan melakukan Word Of Mouth	18
4. Indikator Word Of Mouth	19
F. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	19
1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	19
3. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	20
G. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	21
H. Kerangka Analisis	26
I. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Objek Penelitian	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber Data dan Jenis Data	28
2. Populasi dan Sampel	29
3. Metode dan Pengumpulan Data	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Metode Analisis dan Pengajuan Hipotesis	32
1. Metode Analisis	32
2. Pengujian Instrumen Penelitian	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Analisis Regresi Linear Berganda	35

5. Uji Kelayakan Model	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Teh Tahun 2018-2020	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Menu Es Teh Indonesia	40
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Usia	42
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan	43
Table 4.5 Kareakteristik Pekerjaan	44
Tabel 4.6 Mean Variasi Produk	45
Tabel 4.7 Mean Lokasi.....	46
Tabel 4.8 Mean Word Of Mouth	47
Tabel 4.9 Mean Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.10 Uji Validitas Variasi Produk	48
Tabel 4.11 Uji Validitas Lokasi.....	49
Tabel 4.12 Uji Validitas Word Of Mouth	49
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.14 Uji Reabilitas	50
Tabel 4.15 Uji Normalitas	51
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.17 Uji Auto Korelasi	52
Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas	53
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.20 Uji F (ANOVA)	55
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis (Uji t)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Minuman yang paling banyak di Konsumsi	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	26
Gambar 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	41
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	43
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	44

