

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menguji tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Warung Madura Raihan dengan variabel *word of mouth*, lokasi dan waktu. Subjek penelitian ini adalah konsumen Warung Madura Raihan. Penelitian ini dilakukan terhadap 112 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Warung Madura Raihan.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study examines the factors that influence customer purchase decision Warung Madura Raihan with the variables word of mouth, location and time. The subject of this research is consumer Warung Madura Raihan. This study was conducted on 112 respondents using a quantitative descriptive approach. The analysis method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of word of mouth have a positive significant effect on consumer purchase decision, location have a positive significant effect on consumer purchase decision and time have a positive significant effect on consumer purchase decision at Warung Madura Raihan.

Keywords: Word of Mouth, Location, Time, Purchase Decision.

