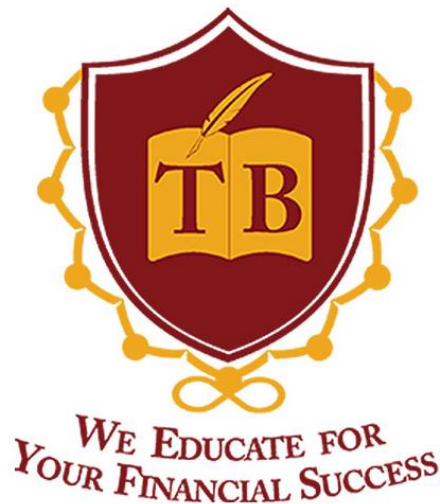


**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH (WOM)* DAN
LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO
ROTI BAKER OLD MUSTIKA JAYA BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh:

NABILLA PUTRI ZAHRA

222711051

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NABILLA PUTRI ZAHRA
Nomor Induk Mahasiswa : 222711051
Program Studi : SI MANAJEMEN
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Word of mouth (WOM)*, dan Lokasi Terhadap Minat Beli konsumen Pada Toko Roti Baker Old Mustika Jaya Bekasi

Skripsi tersebut telah disejuti dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen.

Bekasi, 28 Juli 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dosen Pembimbing



Stella Nathasya, S.M., MM
NUPTK: 9546774675230273



Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NIDN: 0309027801

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH (WOM)* DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO ROTI BAKER
OLD DI MUSTIKA JAYA BEKASI

Oleh

NABILLA PUTRI ZAHRA

222711051

SKRIPSI

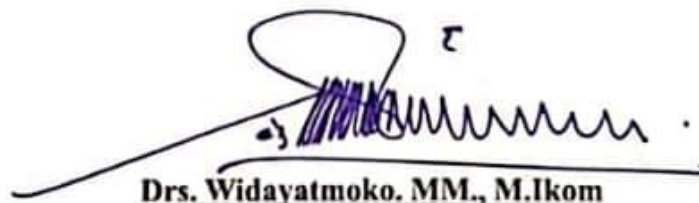
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji Pada tanggal seperti tertera di bawah ini

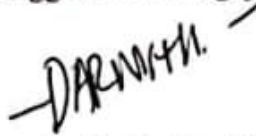
Bekasi, 11 Agustus 2026

Ketua Tim Penguji


Drs. Widayatmoko. MM., M.Ikom

NIDN : 0303045901

Anggota Tim Penguji 1


Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si
NIDN : 0328037401

Anggota Tim Penguji 2


Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NUPTK: 4541756657230112

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni tulisan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah peroleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 28 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Nabilla Putri Zahra

NIM: 222711051

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Nabilla Putri Zahra**

NIM : **222711051**

Perguruan Tinggi : **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas Karya Ilmiah ini berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Word of mouth*, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Roti Baker Old Mustika Jaya Bekasi” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya tulis ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 28 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Nabilla Putri Zahra
NIM: 222711051

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

”Jika mimpimu besar, pastikan langkahmu benar dan orang-orang yang berjalan bersamamu juga tepat”

(Penulis)

”Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukan dunia, berlarilah tanpa lelah sampai engkau meraihnya”

(Laskar Pelangi – Nidji)

Persembahan

”Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya. Orang yang selalu menjadi sandaran terkuat dan penyemangat. Yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungan yang menjadi motivasi dalam setiap langkah hidup saya. Terimakasih atas segala pengorbanan yang disembunyikan dan perjuangan yang tak ternilai. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi”

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *word of mouth*, dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada toko roti Baker Old di Mustika Jaya Bekasi. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen Baker Old di Bekasi, namun jumlah populasinya tidak diketahui pasti (*unknown population*). Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang disebarakan kepada penduduk Kota Bekasi, selanjutnya diolah menggunakan sistem SPSS versi 27, sehingga jenis data yang digunakan berupa data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) variabel *brand image* secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen ($t_{hitung} 1,663 < \text{dari } t_{tabel} 1,984, sig 0,100 > 0,05$, H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima). (2) variabel *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen ($t_{hitung} 5,997 > \text{dari } t_{tabel} 1,984, sig < 0,001 < 0,05$, H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak). (3) variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen ($t_{hitung} 3,315 > t_{tabel} 1,984, sig 0,001 < 0,05$, H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak). (4) bahwa variabel *brand image*, *word of mouth*, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ($F_{hitung} 63,380 > F_{tabel} 3,09, sig 0,001 < 0,05$, maka H_{a4} diterima).

Kata Kunci: *Brand Image*, *Word of mouth*, Lokasi, dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study was conducted to determine the influence of brand image, word of mouth and location on consumer purchase intention at the Baker Old bakery in Mustika Jaya, Bekasi. Does brand image, word of mouth and location influence consumer purchase intention at the Baker Old bakery in Mustika Jaya, Bekasi, either partially or simultaneously? The research was carried out using a quantitative method. The population for this study consisted of Baker Old customers in Bekasi; however, the exact size of the population is unknown (unknown population). This study utilised the Lemeshow formula. A sample of 100 respondents was selected. The sampling technique employed was random sampling. Data collection was carried out using a questionnaire distributed to residents of Bekasi City, which was subsequently analysed using SPSS version 27, the data used was primary data. The results of this study indicate: (1) the brand image variable does not have a significant partial effect on consumer purchase intention (t -calculated $1.663 < t$ -table 1.984 , sig $0.100 > 0.05$; H_1 is rejected and H_{01} is accepted). (2) The word-of-mouth variable has a positive and significant partial effect on consumer purchase intention (t -calculated $5.997 > t$ -table 1.984 , sig $< 0.001 < 0.05$; H_{a2} accepted and H_{02} rejected). (3) The location variable has a positive and significant partial effect on consumer purchase intention (t -calculated $3.315 > t$ -table 1.984 , $p = 0.001 < 0.05$; H_{a3} accepted and H_{o3} rejected). (4) The variables brand image, word of mouth and location simultaneously have a significant effect on consumer purchase intention (calculated $F = 63.380 > \text{table } F = 3.09$, $p = 0.001 < 0.05$; therefore, H_{a4} is accepted).

Keywords: *Brand Image, Word of mouth, Location, Intention Purchasing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO ROTI BAKER OLD DI MUSTIKA JAYA BEKASI” dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S-1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Atas kehadiran Rahmat dari Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan skripsi.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom.
3. Ibu Stela Nathasya, S.M., M.M. Selaku ketua program studi manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
4. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi tanpa henti selama penulis menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala pengorbanan dan doa yang senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan setiap proses hingga mencapai tahap ini.
7. Kepada adik tercinta, terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi salah satu sumber semangat dan kebahagiaan di tengah berbagai kesulitan yang penulis lalui. Semoga kita selalu dapat saling mendukung dan menjadi kebanggaan satu sama lain.
8. Kepada pemilik Baker Old Mustika Jaya Bekasi yang telah memberikan kesempatan untuk penelitian secara langsung dengan kondisi yang sebenarnya.

9. Untuk teman-teman penulis, Shakillah, Denia, Kiki, Bibah, dan Yusuf, terima kasih atas segala dukungan, bantuan, semangat, dan kebersamaan yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih telah hadir dalam berbagai proses, berbagi cerita, dan saling memberikan semangat hingga akhirnya kita dapat menyelesaikan perjalanan perkuliahan ini bersama.
10. Ucapan terima kasih kepada Muhammad Anwar Sharif atas dukungan, doa, perhatian, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah senantiasa kebersamaian penulis sejak awal perkuliahan, memberikan semangat, mendengarkan setiap keluhan, serta memberikan dukungan dalam berbagai keadaan. Kehadiran dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis dalam melewati setiap tahapan perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan masa studi dan meraih kelulusan bersama.
11. Dan terakhir terima kasih untuk diri sendiri, Nabilla Putri Zahra yang telah tetap melangkah meskipun tidak selalu mudah, hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa saya mampu melewati hal-hal sulit dan menjadi langkah awal untuk perjalanan yang lebih baik di masa depan.
12. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 28 Juli 2026

Nabilla Putri Zahra

NIM: 222711051

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.3 Minat Beli	10
2.1.4 <i>Brand Image</i>	13
2.1.5 <i>Word of mouth</i> (WOM).....	16
2.1.6 Lokasi	18

2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Penelitian	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.1.1 Tujuan Penelitian	29
3.1.2 Metode Penelitian	29
3.1.3 Strategi Penelitian.....	29
3.1.4 Unit Analisis	30
3.1.5 Keterlibatan Penelitian.....	30
3.1.6 Latar Penelitian.....	30
3.1.7 Waktu Penelitian	30
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	31
3.2.1 Minat Beli	31
3.2.2 <i>Brand Image</i>	32
3.2.3 <i>Word of mouth</i>	32
3.2.4 Lokasi	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Analisis Deskriptif	38
3.6.2 Uji Instrumen.....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda	41
3.6.5 Uji Hipotesis	42
3.6.6 Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Perusahaan	45

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3 Karakteristik Responden.....	46
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	48
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Uji Analisis Deskriptif.....	50
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	67
4.2.5 Uji Hipotesis	68
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	71
4.3.2 Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	72
4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen	73
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Word of mouth</i> , Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Baker Old Mustika Jaya (November 2025 – Maret 2026)	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4. 1 Logo Baker Old	45
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot	64
Gambar 4. 3 Heteroskedastisitas	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Toko Roti di Bekasi	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Minat Beli (Y)	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Brand Image (X1)	32
Tabel 3. 3 Definisi Operasional <i>Word of mouth</i> (X2)	33
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Lokasi (X3)	34
Tabel 3. 5 Kategori Skala	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	49
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif	50
Tabel 4. 7 Kategori Skala	52
Tabel 4. 8 Hasil Pernyataan Variabel Brand Image (X1)	52
Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan Variabel <i>Word of mouth</i> (X2)	54
Tabel 4. 10 Hasil Pernyataan Variabel Lokasi (X3)	56
Tabel 4. 11 Hasil Pernyataan Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Brand Image (X1)	60
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel <i>Word of mouth</i> (X2)	60
Tabel 4. 14 Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)	61
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	62
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1)	62
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Variabel <i>Word of mouth</i> (X2)	63
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X3)	63
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	63
Tabel 4. 20 Uji Normalitas One - Sampel K-S	65
Tabel 4. 21 Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4. 22 Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.23 Uji T	69
Tabel 4.24 Uji F	70
Tabel 4. 25 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1-Hasil Pengolahan Data	88
Lampiran 2-Kuesioner	98
Lampiran 3-Daftar Populasi dan Sampel	103
Lampiran 4-Tabulasi Data Responden	108
Lampiran 5-Kartu Konsultasi.....	117
Lampiran 6- Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	119
Lampiran 7- Hasil Cek Plagiasi	120
Lampiran 8- Formulir Saran dan Perbaikan.....	121
Lampiran 9- Data Riwayat Hidup	121