

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *EJJI COFFEE CORNER* DI SURABAYA

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Celine Dion Prasetyo

17110026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *EJJI COFFEE CORNER* DI SURABAYA



Oleh:

Celine Dion Prasetyo

17110026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2021**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *EJJI COFFEE CORNER* DI SURABAYA

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

Celine Dion Prasetyo

17110026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Celine Dion Prasetyo
NPM : 17110026
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic word of mouth*, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan pembelian konsumen *Ejji coffee corner* di Surabaya

Dosen Pembimbing

Tanggal 10 Januari 2021



Lilik Indrawati, S.E., M.M

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal 10 Januari 2021



Lilik Indrawati, S.E., M.M

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN EJI *COFFEE CORNER* DI SURABAYA**

Oleh

Celine Dion Prasetyo

17110026

Dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 21 Januari 2021

Ketua Tim Penguji



Drs. Bruno Hami, M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Thyopholda WSP, M.M

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN EJJI *COFFEE CORNER* DI SURABAYA**

Oleh:

Celine Dion Prasetyo

17110026

Telah diuji dan Dipertahankan Di hadapan

Tim penguji Skripsi

Pada Tanggal 21 Januari 2021

Ketua : Drs. Bruno Hami, M.M

.....


Anggota : 1. Dr. Thyphoida WSP, M.M

.....


2. Lilik Indrawati, S.E., M.M

.....


SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : CELINE DION PRASETYO
NPM : 17110026
Jenjang : Strata Satu (S1)
Fakultas : Ekonomi / Manajemen
Tempat / Tgl. Lahir : Surabaya / 13 oktober 1999
Alamat : Jl. Babatan tengah gang 3 No. 94 Wiyung Surabaya
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas produk, *Electronic word of mouth*,
Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan pembelian
konsumen *Ejji coffee corner* di Surabaya.

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar buatan saya sendiri bukan plagiat atau hasil karya orang lain.
2. Mengijinkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh atau sebagian dari isi skripsi dengan mencantumkan nama peneliti dan dosen pembimbing

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap mendapat sanksi yang dikeluarkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Surabaya, 10 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



(Celine Dion Prasetyo)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat Rahmat dan Hikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas produk, *Electronic word of mouth*, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan pembelian konsumen di Eji *coffee corner* Surabaya” dengan baik hingga selesai tepat waktu. Penyusunan skripsi yang dilakukan penulis merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi di Universitas katolik darma cendika.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada rekan-rekan yang terlibat, penulis menyadari berakhirnya penyusunan skripsi dengan baik dan tepat waktu tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan yang diterima penulis sewaktu mengalami kendala selama penelitian. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa rekan diantaranya yaitu:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, S.E., M.M selaku Rektor dan Dosen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Thyophoida W.S.P S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Kaprodi/ Kepala program studi Manajemen dan Dosen pembimbing skripsi Universitas katolik darma cendika Surabaya yang

telah meluangkan waktu dan tenaga, memberikan dukungan, serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.

4. Drs. Bruno Hami Pahar, S.E.,M.M selaku Dosen wali Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah membimbing dan memberi arahan selama 7 (tujuh) semester.

5. Ko Surya Lesmana selaku pemilik (*owner*) *Ejji coffee corner* yang telah mengizinkan penulis meneliti *Ejji coffee corner* untuk penyusunan skripsi.

6. Seluruh Bapak - Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah berbagi ilmu dan sempat mengarahkan penulis selama proses perkuliahan.

7. Keluarga (Mama, Ce Intan, Ce Cicilia, Ce Jennifer) yang senantiasa mendoakan, mendampingi dan memberi dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga sidang akhir.

8. Teman-teman penulis (Maria Dhea Thalia, Aria, Alena Irene, Rafael, Susan, Dina Lukitasari, Gaby, Diana, Mulyani, Patricia, Billy, Faishol, Dicky, Febby, Cathy, Recil, Ritwan, Joni, Akwila, Irvan, Vitri, Sophie, Hendy, Ryan, Abraham, Idris, Hendra, Christina, Sasa, Reginda, Richard, Cyndi, Veronika, Michael obed, Maria Stella) yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

9. Seluruh teman-teman manajemen angkatan 2017 yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.

Akhir kata, penyusunan skripsi ini memiliki keterbatasan maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran positif guna memperoleh hasil lebih baik

lagi, peneliti juga mengharapkan kepada peneliti-peneliti selanjutnya untuk mengolah dan menggali lebih dalam mengenai variabel-variabel yang telah digunakan peneliti. Atas perhatian Bapak / Ibu, peneliti mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 16 Januari 2021

Penulis

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Timur melalui pintu masuk Juanda tahun 2016-2018 | 1 |
| Tabel 1.2 Nama-nama tempat wisata kuliner yang berdiri di Surabaya..... | 2 |
| Tabel 1.3 Jumlah Kafe atau <i>coffeeshop</i> di Surabaya tahun 2016-2018..... | 3 |
| Tabel 1.4 Konsumen penikmat kopi..... | 4 |
| Tabel 3.1 Tabel intpretasi Koefisien determinasi R^2 | 35 |
| Tabel 4.1 Usia responden Ejjj <i>coffee corner</i> | 40 |
| Tabel 4.2 Jenis kelamin responden Ejjj <i>coffee corner</i> | 41 |
| Tabel 4.3 Status pekerjaan responden Ejjj <i>coffee corner</i> | 42 |
| Tabel 4.4 Status menikah responden Ejjj <i>coffee corner</i> | 43 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Keputusan pembelian responden Ejjj <i>coffee corner</i> | 43 |
| Tabel 4.6 Rentang data jawaban responden | 44 |
| Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang variabel Kualitas produk (X1)..... | 45 |
| Tabel 4.8 Tanggapan responden tentang variabel <i>Electronic word of mouth</i> (X2)..... | 46 |
| Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang variabel Lokasi (X3)..... | 47 |
| Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang variabel Harga (X4) | 49 |
| Tabel 4.11 Tanggapan responden tentang variabel Keputusan pembelian (Y) | 50 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel X1, X2, X3, X4, dan Y | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1,X2,X3,X4, dan Y | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Variabel X1, X2, X3, X4 terhadap variabel Y..... | 54 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel X1,X2,X3, dan X4 terhadap variabel Y..... | 55 |
| Tabel 4.16 Hasil Analisis regresi linear berganda variabel X1,X2,X3, dan X4 terhadap variabel Y | 57 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien determinasi variabel X1, X2, X3, X4 terhadap variabel Y..... | 59 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji t variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap variabel Y..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 2.1 Rerangka pemikiran..... | 22 |
| Gambar 2.2 Kerangka konseptual..... | 23 |
| Gambar 4.1 Struktur organisasi Ejjj <i>coffee corner</i> | 40 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas variabel X1, X2,X3,X4 terhadap variabel Y..... | 56 |
| Gambar 4.3 Kurva distribusi Uji t variabel Kualitas produk (X1)..... | 60 |
| Gambar 4.4 Kurva distribusi Uji t variabel <i>Electronic word of mouth</i> (X2)..... | 61 |
| Gambar 4.5 Kurva distribusi Uji t variabel Lokasi (X3) | 62 |
| Gambar 4.6 Kurva distribusi Uji t variabel Harga (X4)..... | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner dan hasil kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik responden

Lampiran 3 Rata-rata pernyataan Variabel X dan Y

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Normalitas

Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 9 Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 10 Koefisien determinasi

Lampiran 11 Dokumentasi foto Ejjii *coffee corner* Surabaya

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN COVER..... | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| <i>ABSTRACT</i>..... | xvii |
| ABSTRAK..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan penelitian..... | 6 |
| 1.4. Manfaat penelitian..... | 7 |

| | |
|--|----------|
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 8 |
| 2.1.1 Kualitas Produk..... | 8 |
| 2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk | 8 |
| 2.1.1.2. Indikator Kualitas Produk..... | 8 |
| 2.1.1.3 Faktor-faktor Kualitas Produk..... | 9 |
| 2.1.2 <i>Electronic word of mouth</i> | 9 |
| 2.1.2.1 Pengertian <i>Electronic word of mouth</i> | 9 |
| 2.1.2.2 Indikator <i>Electronic word of mouth</i> | 10 |
| 2.1.3 Lokasi | 10 |
| 2.1.3.1 Pengertian Lokasi | 10 |
| 2.1.3.2 Indikator Lokasi | 11 |
| 2.1.3.3 Pemilihan Lokasi..... | 11 |
| 2.1.4 Harga | 12 |
| 2.1.4.1 Pengertian Harga | 12 |
| 2.1.4.2 Indikator Harga | 12 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 13 |
| 2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 13 |
| 2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian | 13 |
| 2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian | 14 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.5.4 Peran dalam Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.5.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.2. Pengaruh antar variabel | 15 |
| 2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.2.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.2.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian | 16 |
| 2.3. Penelitian terdahulu | 16 |
| 2.3.1 Penelitian terdahulu I | 16 |
| 2.3.2. Penelitian terdahulu II | 17 |
| 2.3.3. Penelitian terdahulu III | 19 |
| 2.3.4. Penelitian terdahulu IV | 20 |
| 2.4. Rerangka pemikiran | 22 |
| 2.5. Kerangka konseptual | 23 |
| 2.6. Hipotesis penelitian | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1. Obyek penelitian | 25 |
| 3.2. Pendekatan penelitian dan sumber data | 25 |
| 3.2.1. Pendekatan penelitian | 25 |
| 3.2.2. Sumber data | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3. Variabel penelitian | 26 |
| 3.3.1. Variabel bebas / independent (X) | 26 |
| 3.3.2. Variabel terikat / dependen (Y) | 26 |
| 3.4. Definisi Operasional variabel | 27 |
| 3.4.1. Kualitas produk | 27 |
| 3.4.2. <i>Electronic word of mouth</i> | 27 |
| 3.4.3. Lokasi..... | 28 |
| 3.4.4. Harga..... | 28 |
| 3.4.5. Keputusan pembelian..... | 29 |
| 3.5 Populasi dan sampel..... | 29 |
| 3.5.1. Populasi..... | 29 |
| 3.5.2. Sampel..... | 30 |
| 3.6 Metode dan teknik Analisa data | 31 |
| 3.6.1. Metode penelitian | 30 |
| 3.6.2. Teknik analisa data | 32 |
| 3.6.2.1 Uji Validitas..... | 32 |
| 3.6.2.2 Uji Reliabilitas | 32 |
| 3.6.2.3 Uji Asumsi klasik | 33 |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN..... | 36 |
| 4.1 Gambaran umum objek penelitian..... | 36 |
| 4.1.1 Visi Ejjj <i>coffee corner</i> | 38 |
| 4.1.2 Misi Ejjj <i>coffee corner</i> | 38 |
| 4.1.3 Struktur organisasi Ejjj <i>coffee corner</i> | 38 |

| | |
|---|----|
| 4.2 Deskripsi hasil penelitian Eji <i>coffee corner</i> | 40 |
| 4.2.1 Karakteristik responden Eji <i>coffee corner</i> | 40 |
| 4.2.1.1 Usia..... | 40 |
| 4.2.1.2 Jenis kelamin..... | 41 |
| 4.2.1.3 Status pekerjaan..... | 42 |
| 4.2.1.4 Status menikah..... | 42 |
| 4.2.1.5 Frekuensi keputusan pembelian..... | 43 |
| 4.3 Rata-rata pernyataan variabel pada kuesioner..... | 44 |
| 4.4 Pembahasan dan Analisa data..... | 51 |
| 4.4.1 Uji Validitas..... | 51 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas..... | 53 |
| 4.4.3 Uji Normalitas..... | 54 |
| 4.4.4 Uji Multikolinearitas..... | 55 |
| 4.4.5 Uji Heteroskedastisitas..... | 55 |
| 4.4.6 Analisis regresi linear berganda..... | 56 |
| 4.4.7 Koefisien determinasi..... | 58 |
| 4.4.8 Uji t..... | 59 |

| | |
|---------------------------|-----------|
| BAB 5 PENUTUP..... | 64 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2 Saran..... | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRACT

Coffeeshop business in East java especially in Surabaya is growing and developing; one of the coffee shops that are developing in Surabaya is Ejji coffee corner which is located at Jalan Simpang Darmo Permai Utara I number 26, Surabaya. This research want to know the effect of Product quality, Electronic word of mouth, Location and Price on Customer purchase decision at Ejji coffee corner Surabaya. This research is a quantitative study and the population are customers who have bought a drinks at Ejji coffee corner Surabaya, the sampling method is purposive sampling method using a questionnaire to 100 respondents Ejji coffee corner Surabaya.; in this study the analyze data using descriptive analysis and multiple linear regression analysis with SPSS 20.0. The results showed that all statement items of each variable are declared valid with $r_{count} > r_{table}$ 0,1966; all variables are declared reliable with cronbanch alpha value $> 0,70$; the normality test results showed that the data is normally distributed with values significance $0,074 > 0,05$; The results of the multicollinearity test showed no symptoms of multicollinearity between independent variables on the regression model with tolerance values ≥ 0.10 and VIF value ≤ 10 , the results of the heteroscedasticity test showed no heteroscedasticity symptoms in the regression model because it doesn't forming a clear pattern and there is a distribution of dots above and below the number 0 on the Y axis; The results of multiple linear regression equation in this study are $Y = 1,505 + 0,190 X1 + 0,254 X2 - 0,050 X3 + 0,421 X4$; The results of the determination coefficient based on Adjusted R_{square} are 74,4% ; the results of this research showed that (1) Product quality variable has a significant affect on customer purchase decision with t_{count} 3,349 $> t_{table}$ 1,985 and a significant level of $0,001 < 0,05$, (2) Electronic word of mouth variable has a significant affect on customer purchase decisions with t_{count} 2,126 $> t_{table}$ 1,985 and a significant level of $0,036 < 0,05$, (3) Location variable does not have a significant affect on customer purchase decisions with $t_{count} - 0,556 < t_{table}$ 1,985 and a significant level of $0,580 > 0,05$, (4) Price variable has a significant affect on Customer purchase decision with t_{count} 5,189 $> t_{table}$ 1,985 and a significant level of $0,000 < 0,05$.

Keywords: Product quality, Electronic word of mouth, Location, Price, Purchase decision

ABSTRAK

Berkembangnya zaman bisnis *coffeeshop* di Jawa timur khususnya Surabaya menjamur. Salah satu *coffeeshop* yang menjamur di Surabaya adalah Eji *coffee corner* yang lokasinya terletak di Jalan Simpang Darmo Permai Utara I No. 26. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas produk (X1), *Electronic word of mouth* (X2), Lokasi (X3) dan Harga (X4) terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) Eji *coffee corner* di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang pernah membeli minuman di Eji *coffee corner* Jl. Simpang Darmo Permai utara I No. 26 Surabaya, penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif dan Analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel dalam kuesioner dinyatakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1966, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach alpha* $> 0,70$, Hasil Uji Normalitas menunjukkan data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi $0,074 > 0,05$, Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , Hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak terdapat bentuk pola yang jelas dan adanya sebaran titik-titik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 1,505 + 0,190 X_1 + 0,254 X_2 - 0,050 X_3 + 0,421 X_4$, besarnya pengaruh Kualitas produk, *Electronic word of mouth*, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan pembelian konsumen Eji *coffee corner* berdasarkan nilai Adjusted R_{Square} adalah sebesar 74,4%, Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 3,349 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, (2) Variabel *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 2,126 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,036 < 0,05$, (3) Variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dengan $t_{hitung} -0,556 < t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,580 > 0,05$, (4) Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 5,189 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: *Kualitas produk, Electronic word of mouth, Lokasi, Harga dan Keputusan pembelian*