

**PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, BRAND IMAGE, LOKASI
DAN E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTO DAN COFFEE CK 3 KABUPATEN
LABUHANBATU UTARA**

ARTIKEL

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



**OLEH:
UBAT WULANDARI SIAGIAN
1901500350**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2024**

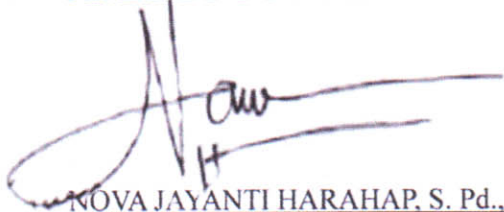
LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL

NAMA : UBAT WULANDARI SIAGIAN
NPM : 1901500350
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, BRAND
IMAGE, LOKASI DAN E-WOM (ELECTRONIC WORD OF
MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RESTO DAN COFFEE CK 3 KABUPATEN LABUHANBATU
UTARA

Rantauprapat, 25 Juli 2024

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING UTAMA



NOVA JAYANTI HARAHAHAP, S. Pd., M. Pd
NIDN. 0105119001

PEMBIMBING KEDUA



ABD. HALIM, SE., M.Si
NIDN. 0126128901

MENYETUJUI

DEKAN



PRISTHYONO, SE., M. Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI



ABD. HALIM, SE., M. Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL

NAMA : UBAT WULANDARI SIAGIAN
NPM : 1901500350
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, BRAND
IMAGE, LOKASI DAN E-WOM (ELECTRONIC WORD OF
MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RESTO DAN COFFEE CK 3 KABUPATEN LABUHANBATU
UTARA

Dengan ini menyatakan bahwa artikel ilmiah ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan artikel ilmiah ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jika dikemudian hasil ternyata ditemukan seluruh atau sebagian artikel ilmiah ini bukan hasil karya tulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar Akademik yang disandang dan sanksi sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 25 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



UBAT WULANDARI SIAGIAN

1901500350

Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)

RegisterLogin

Search

Home / Archives / Vol. 5 No. 1 (2024): Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) / Articles

Pengaruh Harga, Kepuasan Konsumen, Brand Image, Lokasi Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Resto Dan Coffee Ck 3 Kabupaten Labuhanbatu Utara

Ubat Wulandari Siagian
Universitas Labuhanbatu

Nova Jayanti Harahap
Universitas Labuhanbatu

Abd. Halim
Universitas Labuhanbatu

DOI: <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4575>

Keywords: Harga, Kepuasan Konsumen, Brand Image, Lokasi, E-WOM (Electronic Word Of Mouth), Keputusan Pembelian

Abstract

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis positivisme yang digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dan untuk mengumpulkan data dengan instrumen penelitian dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk memvalidasi hipotesis yang telah ditetapkan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada Resto Dan Coffee CK 3



Volume 5 Nomor 1 Tahun 2024

Visi dan Misi

Visi: Meningkatkan Kualitas Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Misi: Meningkatkan Kualitas Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

pdf

Published
2024-11-20

Additional Menu

Editorial Team

Focus and Scope

Publication Ethics

Publication Frequency

Reviewers

Check for Plagiarism

Open Access Policy

Role

Publication Fee

Template

Copyright Form

12:48

25/08/2025