

***The Influence of E-WOM, Cafe Atmosphere, and Product Quality on Purchasing Decisions at Cilalula Coffee Pamulang***

**Oleh Reisyah Zahra Ardhika**

***Abstract***

*This research is quantitative research which aims to determine, analyze and prove the influence of E-WOM, Atmosphere Cafe and Product Quality on Purchasing Decisions on Let us know Cilalula Coffee Pamulang. Cilalula Coffee is one of the industries that operates in the field Food and Beverage (F&B), namely a coffee shop business that provides a variety of food and drinks. Cilalula Coffee first active on social media, namely Facebook, on April 10 2019. Cilalula Coffee can maintain its business to date by maximizing factors, such as E-WOM, Atmosphere Cafe, and Product Quality which influence Purchasing Decisions. The population in this research are Cilalula Coffee customers who are active in South Tangerang. The sample size taken was 100 respondents using the method non-probability sampling with technique purposive sampling. Data collection is carried out through distribution google form. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis with the SEM-PLS technique using the Smart PLS 4 application. The results of the research show that E-WOM positive and significant effect on Purchasing Decisions by 18.5%, Cafe atmosphere does not have a positive and significant effect on Purchasing Decisions by 13.2%, and Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions by 66.6%.*

***Keywords:*** *E-WOM, Atmosphere Cafe, Product Quality, and Purchase Decisions*

# **Pengaruh E-WOM, Atmosfer *Cafe*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Cilalula Coffee* Pamulang**

**Oleh Reisya Zahra Ardhika**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh dari E-WOM, Atmosfer *Cafe* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *pada* *Cilalula Coffee* Pamulang. *Cilalula Coffee* merupakan salah satu industri yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage* (F&B), yaitu bisnis kedai kopi yang menyediakan makanan dan minuman bervariasi. *Cilalula Coffee* pertama kali aktif di media sosial, yaitu Facebook pada tanggal 10 April 2019. *Cilalula Coffee* dapat mempertahankan usahanya sampai saat ini dengan memaksimalkan faktor, seperti E-WOM, Atmosfer *Cafe*, dan Kualitas Produk yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *Cilalula Coffee* yang beraktivitas di Tangerang Selatan. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial dengan teknik SEM-PLS menggunakan aplikasi Smart PLS 4. Hasil dari penelitian menunjukkan E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 18,5%, Atmosfer *Cafe* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 13,2%, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 66,6%.

**Kata Kunci:** E-WOM; Atmosfer *Cafe*; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian