



**PENGARUH E-WOM, ATMOSFER *CAFE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CILALULA *COFFEE* PAMULANG**

SKRIPSI

REISYA ZAHRA ARDHIKA 2010111008

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH E-WOM, ATMOSFER *CAFE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CILALULA *COFFEE* PAMULANG**

SKRIPSI

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

REISYA ZAHRA ARDHIKA 2010111008

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reisyah Zahra Ardhika

NIM. : 2010111008

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Reisyah Zahra Ardhika)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reisyah Zahra Ardhika
NIM : 2010111008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Desember 2023
Yang menyatakan,



(Reisyah Zahra Ardhika)

PENGESAHAN

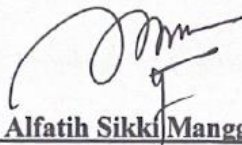
SKRIPSI

PENGARUH E-WOM, ATMOSFER *CAFE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CILALULA *COFFEE* PAMULANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

REISYA ZAHRA ARDHKA 2010111008

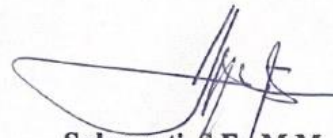
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si
Ketua Penguji



Dra. Pusporini M.M.
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Desember 2023

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 27 Desember 2023:

Nama : Reisya Zahra Ardhika

No.Pokok Mahasiswa : 2010111008

Program Studi : Manajemen S.1

Pengaruh E-WOM. Atmosfer *Cafe*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada
Cilalula *Coffee* Pamulang
dinyatakan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ ***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini M.M	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M.	Anggota II	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

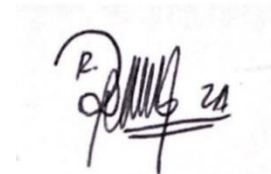
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Alhamdulillah atas izin Allah SWT, penulis akhirnya dapat membuat penelitian dengan judul “Pengaruh E-WOM, Atmosfer *Cafe*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cilalula *Coffee* Pamulang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam kesempatan kali ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini di antaranya, sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan FEB UPN Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen FEB UPNVJ
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen
4. Ibu Suharyati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing
5. Kedua orang tua dan keluarga terdekat peneliti yang memberikan dukungan serta doa baik secara mental maupun finansial kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi ini
6. Teman-teman peneliti yang memberikan bantuan serta saran dalam penyusunan proposal skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari, dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga peneliti menerima kritik dan saran dari semua pihak yang membaca. Peneliti berharap agar skripsi ini menjadi suatu hal yang bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat menambah pengetahuan bagi akademisi.

Jakarta, 27 Desember 2023



(Reisyah Zahra Ardhika)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Digital Marketing.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	14
2.1.5 Atmosfer <i>Cafe</i>	15
2.1.6 Kualitas Produk.....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Model Penelitian Empiris.....	26
2.3.1 Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh Atmosfer <i>Cafe</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	27

2.4	Kerangka Pemikiran	27
2.5	Pengembangan Hipotesis	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1	Definisi Operasional.....	28
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	28
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sampel.....	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	31
3.3.3	Pengumpulan Data	31
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	32
3.4.1	Teknik Analisis	32
3.4.2	Uji Hipotesis	37
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Data Penelitian	40
4.2.1	Deskripsi Data Responden	40
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	42
4.3.2	Analisis Data Inferensial	46
4.4	Pembahasan	53
4.4.1	Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.4.2	Pengaruh Atmosfer <i>Cafe</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	56

BAB V	59
PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian	60
DAFTAR PUSTAKA	62
RIWAYAT HIDUP	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penilaian <i>Cafe</i> Bulan Juli.....	5
Tabel 2. Penilaian <i>Cafe</i> Bulan Agustus	5
Tabel 3. Penilaian <i>Cafe</i> Bulan September	6
Tabel 4. Contoh <i>Review</i> Pelanggan.....	6
Tabel 5. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 6. Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 7. Bobot Nilai Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 8. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 9. Interpretasi Nilai Indeks	33
Tabel 10. Kriteria Reliabilitas	36
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
Tabel 14. Analisis Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 15. Analisis Jawaban Responden Terhadap E-WOM.....	44
Tabel 16. Analisis Jawaban Responden Terhadap Atmosfer <i>Cafe</i>	44
Tabel 17. Analisis Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	45
Tabel 18. Tabel <i>Outer Loadings</i>	47
Tabel 19. Tabel <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
Tabel 20. Tabel <i>Cross Loading</i>	49
Tabel 21. Hasil <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 22. Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	50
Tabel 23. Hasil <i>R-Square</i>	51
Tabel 24. Hasil <i>Path Coefficients</i>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional	2
Gambar 2. Top 7 Kedai Kopi Lokal.....	3
Gambar 3. Total Rate Cafe Berdasarkan Bintang	5
Gambar 4. Kerangka Pemikiran	27
Gambar 5. Langkah-langkah SmartPLS	34
Gambar 6. <i>Inner Model</i>	34
Gambar 7. <i>Outer Model</i>	35
<i>Gambar 8. Outer Loadings</i>	47
Gambar 9 Ulasan Cilalula <i>Coffee</i>	54
Gambar 10. Cilalula <i>Coffee Atmosphere</i>	56
Gambar 11. Produk Cilalula <i>Coffee</i>	57