



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA,
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
COFFEE JANJI JIWA**

SABRINA TRIANDINI 2110111247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA,
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
COFFEE JANJI JIWA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

SABRINA TRIANDINI 2110111247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama: Sabrina Triandini

NIM: 2110111247

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

Jakarta, 10 April 2025



Sabrina Triandini

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Sabrina Triandini
NIM : 2110111247
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 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 Electronic Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 Juni 2025

Yang menyatakan


Sabrina Triandini

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE JANJI JIWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SABRINA TRIANDINI 2110111247

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 2 Juli 2025 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Diana Triwardhani, S.E., MM
Ketua Penguji



Drs. Nobelson, MM
Penguji I



Suharyati, S.E., MM
Penguji II




Dr. Jubaedah, S.E., M.M
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 2 Juli 2025

***The Influence of Electronic Word of Mouth, Price, and Product Quality on
Purchasing Decisions at Janji Jiwa Coffee***

By Sabrina Triandini

Abstract

This study aims to analyze and prove the impact of three independent variables, namely Electronic Word of Mouth (E-WOM), Price, dan Product Quality on Purchasing Decisions on Soul Promise Coffee. The method used in quantitative with a descriptive approach and inferential analysis through the SmartPLS version 4.0. The research population consist of domiciled DKI Jakarta, who have purchased coffee Janji Jiwa. Data was collected using a questionnaire of 100 respondents who had purchased Janji Jiwa product. This distribution of respondents data was carried out by distributing statements via google form, distributed to social media, such as WhatsApp, Instagram, Telegram, and Twitter. The results showed that the three independent variables, namely Electronic Word of Mouth (E-WOM), Price, dan Product Quality have a positive and significant influence on Purchasing Decisions.

Keyword: *Electronic Word of Mouth (E-WOM), Price, dan Product Quality, Purcashing Decision coffee Janji Jiwa.*

**Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa**

Oleh Sabrina Triandini

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan dampak dari tiga variabel independent, yaitu *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Janji Jiwa. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis inferensial melalui aplikasi SmartPLS versi 4.0. Populasi penelitian terdiri dari berdomisili DKI Jakarta, yang telah melakukan pembelian coffee Janji Jiwa. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terhadap 100 responden yang pernah membeli produk Janji Jiwa. Penyebaran data responden dilakukan dengan menyebarkan pernyataan-pernyataan melalui google form, disebarkan ke media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Harga, dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, 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 SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Rabu, tanggal 2 Juli 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Sabrina Triandini

NIM : 2110111247

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Coffee Janji Jiwa**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf *A*—

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Diana Triwardhani, SE., MM	Ketua	
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	
3	Suharyati, SE., MM	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 2 Juli 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKARTA

Segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat-Nya sehingga proposal penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa” yang dapat disusun sampai dengan selesai, proposal ini menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
2. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M yang telah menjadi kepala program studi yang teladan dan memberikan izin serta dukungan untuk menjalankan penelitian ini.
3. Ibu Suharyati, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan dalam arahan penyusunan proposal skripsi ini.
4. Kedua orang tua, dan kedua kakak yang memberikan semangat, dukungan dan doa yang tulus dalam setiap langkah hidup penulis.
5. Rekan-rekan penulis yang memberikan saran dan pandangan sebagai sarana berdiskusi sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih ada keterbatasan dalam penelitian ini sehingga terbuka lebar untuk diberikan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan penelitian menjadi lebih baik. Harapannya, semoga penelitian ini dapat meningkatkan wawasan pembaca terkait dengan proses pemasaran

Jakarta, 10 April 2025

Sabrina Triandini

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
BERITA ACARA	viii
PRAKARTA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Electronic Word of Mouth.....	13
2.1.5 Harga	15
2.1.6 Kualitas Produk.....	17
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.3 Model Penelitian	27
2.3.1 Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2 Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1 Definisi Operasional.....	29
3.1.2 Pengukuran Variabel	30

3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1	Jenis Data dan Sumber Data	32
3.3.2	Pengumpulan Data	32
3.4	Teknik Analisis Data	34
3.4.1	Analisis Deskriptif	34
3.4.2	Analisis Statistik Inferensial	35
3.4.3	Uji Validitas	38
3.4.4	Uji Reliabilitas	39
3.4.5	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	41
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	42
4.2.1.	Deskripsi Data Responden	42
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif	46
4.3.	Uji Hipotesis dan Analisis	51
4.3.1.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.4.	Pembahasan	60
4.4.1.	Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa	60
4.4.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa	61
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Janji Jiwa	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
5.1.	Simpulan	63
5.2.	Keterbatasan Penelitian	64
5.3.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		66
RIWAYAT HIDUP		71
LAMPIRAN		71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persentase Perkembangan Merek Kedai Kopi di Indonesia.....	2
Tabel 2. Review Janji Jiwa.....	4
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4. Matriks Pengukuran Variabel	30
Tabel 5. Bobot Nilai Skala Likert	33
Tabel 6. Kisi – kisi Instrumen Penelitian	33
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks.....	35
Tabel 8. Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Electronic Word of Mouth.....	48
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Harga	49
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 12. Nilai Loading Factor	53
Tabel 13. Cross Loading	54
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 15. Composite Reability.....	56
Tabel 16. Cronbach’s Alpha	57
Tabel 17. R Square	58
Tabel 18. Q Square.....	58
Tabel 19. Hasil Uji T-Statistik.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Perkembangan Kedai Kopi di Indonesia untuk Tahun 2021 – 2024.....	2
Gambar 2. Model Penelitian	27
Gambar 3. Langkah - langkah Penggunaan PLS	36
Gambar 4. Inner Model.....	36
Gambar 5. Outer Model	37
Gambar 6. Diagram Jalur.....	37
Gambar 7. Logo Kopi Janji Jiwa	41
Gambar 8. Karakteristik Responden Jenis Kelamin	42
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	44
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli.....	46
Gambar 13. Outer Model	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	72
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	78
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden	87
Lampiran 4. Tabel Data Deskriptif	89
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS	90