



**KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS
(STUDI PADA GENERASI Z)**

SKRIPSI

NABILA FAJAR RIZQIANA 2210111074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS
(STUDI PADA GENERASI Z)**

SKRIPSI

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

NABILA FAJAR RIZQIANA 2210111074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nabila Fajar Rizqiana

NIM. : 2210111074

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

Jakarta, 10 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Nabila Fajar Rizqiana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Nabila Fajar Rizqiana
NIM	: 2210111074
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Pada Generasi Z)

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 hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 22 Desember 2025
Yang Menyatakan,



(Nabila Fajar Rizqiana)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (STUDI PADA GENERASI Z)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NABILA FAJAR RIZQIANA 2210111074

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 08 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Ketua Penguji



Dea Delia Lestari S.T., M.M.
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M.
Penguji II



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



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 08 Desember 2025

STARBUCKS PURCHASE DECISION (A STUDY OF GENERATION Z)

By Nabila Fajar Rizqiana

Abstract

This study aims to analyze the influence of brand image, electronic word of mouth (E-WOM), and service quality on Starbucks purchasing decisions among Generation Z. The background of this study is based on the decline in Starbucks' global sales amid increasing coffee production, exports, and consumption. The study is also based on the importance of brand image, digital reviews, and service quality in influencing consumer behavior, especially among Generation Z. The research uses a quantitative method with a survey of 100 Generation Z respondents who are active in the Daerah Khusus Jakarta (excluding the Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu), have read reviews and purchased Starbucks products directly/offline, and are between the ages of 17 and 30. Data analysis was performed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4. This technique was used to test the relationship between variables used in the research model. The findings show that brand image, e-WOM, and service quality have a positive and significant effect on Generation Z's decision to purchase Starbucks products.

Keywords: Brand Image, E-WOM, Generation Z, Purchase Decision, Service Quality.

KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (STUDI PADA GENERASI Z)

Oleh Nabila Fajar Rizqiana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Starbucks pada generasi Z. Latar belakang penelitian didasarkan pada menurunnya penjualan Starbucks secara global di tengah meningkatnya produksi, ekspor, dan konsumsi kopi. Penelitian juga didasarkan pada pentingnya faktor citra merek, ulasan digital, dan kualitas layanan dalam memengaruhi perilaku konsumen, khususnya Generasi Z. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden generasi Z yang beraktivitas di Daerah Khusus Jakarta (Kecuali Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu) yang sudah pernah membaca ulasan dan membeli produk Starbucks secara langsung/*offline* serta berada di rentang usia 17-30 tahun. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4. Teknik tersebut dimanfaatkan untuk menguji hubungan antar variabel yang digunakan dalam model penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa citra merek, e-WOM, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Starbucks pada generasi Z.

Kata Kunci: Citra Merek, E-WOM, Generasi Z, Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan.

BERITA ACARA UJIAN



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 GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 5 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Nabila Fajar Rizqiana

NIM : 2210111074

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Pada Generasi Z)

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

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM	Ketua	
2	Dea Delia Lestari, ST., 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, 5 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Rasa syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Allah swt. atas rahmat-Nya sehingga skripsi berjudul “Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Pada Generasi Z)” dapat disusun sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selama proses penyusunan, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih atas bantuan dan kerja sama dari pihak-pihak terkait, di antaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Bapak Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
4. Ibu Suharyati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, upaya, dan pendapat untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi;
5. Orang tua dan keluarga penulis yang turut mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis selama proses penyusunan skripsi;
6. Devi, Mavira, dan Tika (Dalgon) yang senantiasa hadir sebagai tempat berbagi keluh kesah, saling menguatkan, membantu, dan mendoakan selama proses penyusunan skripsi. Juga kepada ka Davina atas bantuan dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi sampai selesai;
7. Fachreza Nazriel yang telah menemani, memberi dukungan, dan doa selama proses penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Peneliti berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi instansi, universitas maupun seluruh pembaca.

Jakarta, 8 Desember 2025

Nabila Fajar Rizqiana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN.....	viii
PRAKATA.....	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.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis (Keilmuan)	12
1.4.2 Aspek Praktis (Guna Laksana).....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Citra Merek	16
2.1.5 E-WOM.....	18
2.1.6 Kualitas Layanan.....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	23
2.2.1 Bentuk Narasi.....	23
2.2.2 Bentuk Matriks.....	29
2.3 Model Penelitian	31
2.3.1 Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2 E-WOM terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.3 Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional.....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel.....	35

3.3	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	37
3.3.3	Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Analisis Data	38
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	38
3.4.2	Analisis Inferensial.....	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.1	Deskripsi Data Responden	50
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	54
4.2.3	Analisis Data Inferensial	58
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	66
4.4	Pembahasan.....	68
4.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4.2	Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3	Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA.....	75
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN.	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Ulasan Konsumen Terkait Starbucks Daerah Khusus Jakarta.....	8
Tabel 2.	Ulasan Konsumen Terkait Kualitas Layanan	9
Tabel 3.	Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Keputusan Pembelian	29
Tabel 4.	Pengukuran Variabel	34
Tabel 5.	Pengukuran Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 6.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks	40
Tabel 8.	Kriteria Uji Reliabilitas	44
Tabel 9.	Kriteria Uji Validitas	45
Tabel 10.	Kriteria Uji Kolinearitas.....	45
Tabel 11.	Kriteria Uji R-Square	46
Tabel 12.	Kriteria Uji Q-Square	46
Tabel 13.	Kriteria Uji Hipotesis	47
Tabel 14.	Indeks Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 15.	Indeks Jawaban Responden terhadap Citra Merek	55
Tabel 16.	Indeks Jawaban Responden terhadap E-WOM.....	56
Tabel 17.	Indeks Jawaban Responden terhadap Kualitas Layanan.....	57
Tabel 18.	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	60
Tabel 19.	Nilai AVE	61
Tabel 20.	Nilai <i>Outer Loadings</i>	61
Tabel 21.	Nilai Cross Loadings	63
Tabel 22.	Nilai HTMT.....	64
Tabel 23.	Nilai Uji Kolinearitas	65
Tabel 24.	Nilai Uji R^2	66
Tabel 25.	Nilai Uji Q^2	66
Tabel 26.	Hasil Uji Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Proyeksi Net Ekspor Kopi Indonesia (2022 – 2026).....	2
Gambar 2. Diagram Pola Konsumsi Kopi di Indonesia.....	2
Gambar 3. Diagram Usia Responden Konsumen Kedai Kopi.....	3
Gambar 4. Model Penelitian	32
Gambar 5. Proses Analisis Inferensial pada SmartPLS	41
Gambar 6. Inner Model	41
Gambar 7. Outer Model	42
Gambar 8. Model Jalur.....	43
Gambar 9. Logo Starbucks.....	48
Gambar 10. Gerai Starbucks	49
Gambar 11. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 12. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 13. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Gambar 14. Jumlah Responden Berdasarkan Wilayah Aktivitas.....	53
Gambar 15. Jumlah Responden Berdasarkan Platform.....	53
Gambar 16. Hasil Outer Model 30 Responden	59
Gambar 17. Hasil Outer Model 100 Responden	60
Gambar 18. Hasil Inner Model.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 3. Tabel Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Tabel Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 5. Output Analisis Data Smartpls 4
- Lampiran 6. Bukti Penyebaran Kuesioner