

**PENGARUH E-WOM DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Faris Kemal Pasha
NIM : 43114010398

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH E-WOM DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Faris Kemal Pasha
NIM : 43114010398

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faris Kemal Pasha

NIM : 43114010398

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 September 2021



Faris Kemal Pasha

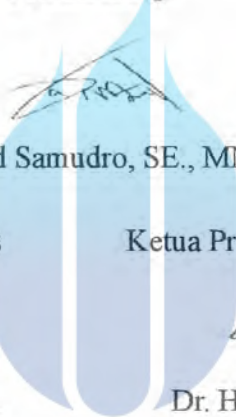
NIM : 43114010398

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Faris Kemal Pasha
NIM : 43114010398
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh e-wom dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai kopi janji jiwa di jakarta barat)
Tanggal Sidang : 28 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Amzad Samudro, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 03221074



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E – WOM) dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Kedai Kopi Janji Jiwa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan sampel sebanyak 130 responden yang merupakan pelanggan Toko Janji Jiwa dengan menggunakan metode *convenience sampling* dan data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui software PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan E – WOM dan Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: E – WOM, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Word of Mouth (E – WOM) and Lifestyle towards Buying Decision of Janji Jiwa Coffee Shop Product. This research uses quantitative methods, and a sample of 130 respondents who are customer of Janji Jiwa Coffee Shop by using convenience method and the data obtained were analyzed by using PLS analysis technique (Partial Least Square) through the PLS software. The results of this study showed E – WOM and Lifestyle have positive significant effect toward Buying Decision.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (E – WOM), Lifestyle, Buying Decision.*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh E-WOM dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Amzad Samudro SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi saya selama ini yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriani Imaningsih, SE., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H .Sonny Indrajaya MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

5. Seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Teristimewa kedua orang tua tercinta, Kakak, dan Adik serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa, dukungan dan motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman dan Sahabat “UH” Ucup, Septian Rachamtullah, Rizki Perdana, Fajri Ramadhan, Dhera Apriansah, Putri Silvia, Refo Darmawan, Anwar Salahudin. Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, serta memberikan banyak pengalaman berharga, semoga kita sukses bersama dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 September 2021

Hormat Saya

Faris Kemal Pasha

DAFTAR ISI

Judul	Halaman
COVER.....	1
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
Dari rumusan masalah tersebut penulis dapat menyimpulkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. KAJIAN PUSTAKA.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
2. Keputusan Pembelian.....	20
3. Komunikasi Dari mulut ke mulut (E-WOM).....	27
4. Gaya Hidup.....	30
B. RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	40
1. Penelitian Terdahulu.....	40
2. Hubungan antara variable.....	44

3. Rerangka Pemikiran Penelitian.....	46
C. HIPOTESIS.....	47
BAB III.....	48
METODE PENELITIAN.....	48
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian.....	48
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	49
1. Definisi Variabel.....	49
2. Operasional Variabel.....	50
D. Pengukuran Variabel.....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
1. Populasi Penelitian.....	52
2. Sampel Penelitian.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Jenis Data Penelitian.....	55
H. Metode Analisis Data.....	55
1. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	55
2. Langkah Langkah Pengujian Analisis PLS.....	56
BAB IV.....	59
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	59
B. Karakteristik Responden.....	60
C. Deskripsi Variabel.....	63
D. Hasil Analisis Data.....	67
E. Pembahasan.....	76
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia 2016-2017	2
Tabel 1.2 Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton	3
Tabel 1.3 Grafik Jumlah Penjualan	6
Tabel 1.4 Tabel Pra-survey Pendahuluan	7
Tabel 2.1 PENELITIAN TERDAHULU	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel E-WOM	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Gaya Hidup	51
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 3.4 Instrumen Skala Likert	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Usia Responden	61
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	61
Tabel 4.4 Pengeluaran Per Bulan Responden	62
Tabel 4.5 Intensitas Kunjungan Per Bulan Responden	63
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel E – WOM	65
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Gaya Hidup	66
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)	70
Tabel 4.11 Hasil Pengujian AVE (Average Variance Extracted)	71
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) ...	71
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Composite Reliability	72
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	72
Tabel 4.15 Nilai R2 Variabel Endogen	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Q2	74
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli (Kotler 2013)	23
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2: Hasil Olah Data	90
Lampiran 3: Hasil Analisis Data	94

