

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK TOKO KOPI TUKU CABANG JOGLO**

(Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat)



Nama: Faysa Maharani Jefir

NIM: 43120010444

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

JAKARTA

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, HARGA, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK TOKO KOPI TUKU CABANG JOGLO**

(Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana 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: Faysa Maharani Jefir

NIM: 43120010444

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faysa Maharani Jefir

NIM : 43120010444

Program Studi : S1 Manajemen

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.

Jakarta, 31 Juli 2024

UNIVERSI
MERCU BUANA



Faysa Maharani Jefir

43120010444

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Faysa Maharani Jefir
NIM : 43120010444
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Kopi Tuku Cabang Joglo (Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Dewi Murtiningsih, SKH, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244290



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian, untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, untuk menguji pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dalam konteks produk Toko Kopi Tuku Cabang Joglo. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Data dianalisis menggunakan *SmartPLS 4.1*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi penjualan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this study was to test the effect of electronic word of mouth on purchasing decisions, to test the effect of price on purchasing decisions, to test the effect of sales promotion on purchasing decisions in the context of Toko Kopi Tuku Joglo products. This type of research is associative causality. The population in this study were all undergraduate management students in Mercu Buana University West Jakarta. The sampling technique used purposive sampling. The number of samples used in this study were 160 respondents. The data were analyzed using SmartPLS 4.1. The result in this study indicate that electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchase decision, price has a positive and significant effect on purchase decision, and sales promotion has no positive and significant effect on purchase decision.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Price, Sales Promotion, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *E-Word of Mouth*, Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Kopi Tuku Cabang Joglo”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Dewi Murtiningsih S.K.H., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Dr. Sri Hartono, M.M, selaku ketua penguji sidang skripsi yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Rachi Titi Ramadhani Sari, S.E., M.M, selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan untuk skripsi ini.
7. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., MM, selaku dosen penelaah dari proposal skripsi saya yang telah memberikan saran serta kritik yang bermanfaat dalam penelitian ini.
8. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.

9. Spesial untuk Ayah, Bunda, dan Abang tersayang yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material kepada saya dan dukungan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Om Syaifudin, Maogek Irwan, Ante Lina, dan Mami Is yang telah memberikan *support* luar biasa selama perkuliahan yang menjadikan saya untuk terus mengejar apa yang diinginkan.
11. Keenam sahabat baik saya yaitu Ariana, Aulia, Osama, Rafael, Ristryandini, dan Syifa yang setia berjuang bersama sedari semester satu, semoga sederet impian kita bisa tercapai satu persatu.
12. Kedua teman bimbingan saya yaitu Bagas dan Lia yang bersama saya menyusun tugas akhir ini hingga selesai.
13. Vincent dan Desta, melalui karya-karya mereka, memberikan hiburan yang berhasil mengembalikan semangat saya untuk menulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 29 Juli 2024



Faysa Maharani Jefir

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Definisi Manajemen Pemasaran	11
2. Keputusan Pembelian	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	15
3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
a. Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
4. Harga	19
a. Definisi Harga	19
b. Tujuan Penetapan Harga	19
c. Dimensi Harga	20
d. Indikator Harga	20
5. Promosi Penjualan	21
a. Definisi Promosi Penjualan	21
b. Keputusan Utama Promosi Penjualan	22
c. Dimensi dan Indikator Promosi Penjualan	23

6. Penelitian Terdahulu	25
B. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	36
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	36
3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	36
C. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
2. Operasionalisasi Variabel	41
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	46
a. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
b. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
c. Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Analisis Deskriptif	51
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
2. Deskripsi Responden	52
3. Deskripsi Variabel	57
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	69
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
a. Uji Validitas	69
b. Uji Reliabilitas	79
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	80
3. Uji Hipotesis	82

C. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	85
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	86
3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
A. Simpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Rekomendasi Kopi Susu Kekinian Enak dan Murah.....	3
Tabel 1.2	Daftar <i>Rating</i> Kedai Kopi di Sekitar Universitas Mercu Buana Meruya.....	4
Tabel 1.3	Hasil Prasurvei Penelitian.....	7
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2	Tingkatan Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 4.1	Seorang Mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat	53
Tabel 4.2	Pernah Membeli.....	53
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Penghasilan (Uang Saku Perbulan) ..	55
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Sumber Informasi tentang Toko Kopi Tuku Cabang Joglo	56
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung ke Toko Kopi Tuku Cabang Joglo	57
Tabel 4.8	Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	58
Tabel 4.9	Variabel Harga	61
Tabel 4.10	Variabel Promosi Penjualan.....	63
Tabel 4.11	Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.12	Hasil <i>Convergent Validity</i> Pengujian Pertama.....	70
Tabel 4.13	Hasil <i>Convergent Validity</i> Pengujian Kedua	75
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (AVE).....	77
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	78
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.17	Hasil Pengujian <i>R-Square</i> (R^2).....	80
Tabel 4.18	Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (f^2).....	81
Tabel 4.19	Hasil Pengujian <i>Q-Square</i> (Q^2)	82
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Jumlah Usaha Penyedia Makanan dan Minuman Tahun 2022.....	1
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS Pengujian Pertama	70
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS Pengujian Kedua	75
Gambar 4.3	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Surat Izin Penelitian	97
Lampiran 2	Surat Balasan Izin Objek Penelitian	98
Lampiran 3	Kuesioner Prasurvei.....	99
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 5	<i>Screenshot Google Form</i> Kuesioner.....	105
Lampiran 6	<i>Screenshot Google Form</i> Isi.....	118
Lampiran 7	Hasil Uji Statistik Deskripsi Responden.....	130
Lampiran 8	Hasil Uji <i>Partial Least Square</i>	134

