

**Pengaruh e-WOM dan *Customer Experience*
terhadap Keputusan Pembelian di
Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi**



Disusun oleh :
Indun Liana Latifah
3903020014

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2024**

**PENGARUH E-WOM DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
KEDAI KOPI TAN MANTAN KENDAL NGAWI**

SKRIPSI diajukan
Kepada FAKULTAS
BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun)

OLEH: INDUN LIANA
LATIFAH
3903020014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKIRIPSI

**PENGARUH E-WOM DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI TAN MANTAN
KENDAL NGAWI**

Oleh:

INDUN LIANA LATIFAH

3903020014

**Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

Dosen Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN. 0713126601

Tanggal : 25 Juni 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Indun Liana Latifah NRP 3903020014

Telah diuji pada tanggal 25 JUNI 2024 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Vivi Ariyani, S.E.M.Sc., CFP
NIDN. 0717128001

Mengetahui:

Dekan,




Dr. Hendra Wijaya, S. Akt., M.M., CPMA
NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi Manajemen,




Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Indun Liana Latifah

NIM : 3903020014

Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,


(Indun Liana Latifah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan segala rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Dengan judul skripsi penulis adalah: **“Pengaruh e-WOM dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi”**. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan, doa dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

1. Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan anugerah-Nya telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Cinta pertama penulis yaitu Ayahanda Rohmat tercinta. Terimakasih banyak atas cinta , pengorbanan serta dukungan untuk anakmu ini.
3. Pintu surgaku yaitu Ibunda suparmiati tercinta. Terimakasih banyak atas cinta , pengorbanan serta dukungan untuk anakmu ini.
4. Kakak penulis yaitu Cicik Laila dan Santoso. Terimakasih banyak atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan.
5. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi berlangsung dari awal sampai terselesaikan skripsi ini. Terima kasih Bu Dyah, banyak sekali ilmu dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis yang tidak dapat ternilai dengan apapun.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Pihak Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi yang telah berkenan memberikan izin dan kemudahan kepada penulis untuk melakukan penelitian,

sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini..

8. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan tahun 2020 atas kebersamaan dan cerita yang dilalui selama masa perkuliahan
9. Dan kepada perempuan yang sederhana dan keras kepala, sang penulis skripsi yaitu diri saya sendiri, Indun Liana Latifah. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, lanjutkan dan selesaikan. Terima kasih Indun Liana Latifah, kamu hebat mari menjadi lebih baik dan selalu berbahagia dimanapun berada.

Mohon maaf bila dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk menjadikan skripsi ini lebih baik dan dapat menjadi acuan bagi penulisan selanjutnya. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan mohon maaf apabila terdapat salah kata

Ngawi, 14 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'L' shape with a vertical line through it and some additional strokes at the bottom.

Indun Liana Latifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4 <i>Electronic Word of mouth (e-WOM)</i>	16
2.1.5 <i>Customer Experience</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
3.2 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian	26

3.2	Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.2.1.	Identifikasi Variabel.....	26
3.2.2	Definisi Operasional.....	27
3.3	Jenis dan Sumber Data	28
3.3.1	Jenis data	28
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	28
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	29
3.6	Analisis Data	30
3.6.1	Analisis deskriptif	30
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	30
3.6.3	Asumsi Klasik	31
3.6.4	Uji Hipotesis	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2	Deskripsi Data	35
4.3	Deskripsi Variabel	38
4.4	Hasil Analisis Data	44
4.5	Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Keterbatasan	56
5.3	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Pembagian Skala Penilaian	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan berapa kali membeli di Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi.....	37
Tabel 4.6 Rentang Skala	38
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel e-WOM	38
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i>	40
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Kurva pengujian satu sisi positif	33
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	48
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan H_1 dan Penolakan H_0	52
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan H_2 dan Penolakan H_0	52

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	61
LAMPIRAN 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN	65
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN.....	67
LAMPIRAN 4 STATISTIK DESKRIPTIF	81
LAMPIRAN 5 UJI KUALITAS DATA (VALIDITAS DAN REALIBILITAS)	91
LAMPIRAN 6 UJI ASUMSI KLASIK	97
LAMPIRAN 7 REGRESI LINIER BERGANDA DAN KOEFISIEN DETERMINASI.....	99
LAMPIRAN 8 TABEL r DAN TABEL t	100
LAMPIRAN 9 PENYEBARAN KUESIONER	107

**PENGARUH E-WOM DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI TAN MANTAN KENDAL
NGAWI**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *E-WOM* dan variabel *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel *E-WOM* dan *Customer Experience* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Tan Mantan Kendal Ngawi. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,080 artinya 8% pada keputusan pembelian disebabkan karena variabel *E-WOM* dan *Customer Experience*, sedangkan sisanya 92% disebabkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *E-WOM*, *Customer Experience*, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF E-WOM AND CUSTOMER EXPERIENCE ON
PURCHASE DECISIONS AT TAN MANTAN COFFEE SHOP IN KENDAL***

NGAWI

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the influence of E-WOM variables and Customer Experience variables on purchase decisions at Tan Mantan Coffee Shop in Kendal Ngawi. The sample used in this study consisted of 100 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques used multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results of the study found that E-WOM and Customer Experience variables significantly and positively influence purchase decisions at Tan Mantan Coffee Shop in Kendal Ngawi. The coefficient of determination (R^2) value is 0.080, meaning that 8% of purchase decisions are caused by E-WOM and Customer Experience variables, while the remaining 92% are caused by other variables not included in this study.

Keywords: E-WOM, Customer Experience, Purchase Decision