

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COSTUMER ENGAGEMENT*, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MOKOPI CAFE  
(Survey Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

**LUPITA DAYANA**

**20200510257**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COSTUMER ENGAGEMENT* DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MOKOPI CAFE**

(Survey Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :


**LUPITA DAYANA**

**20200510257**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I,**



**Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M**  
**NIK. 41038031154**

**Penguji II,**



**Fahmi Yusuf, S.Kom M.M.S.L., Ph.D**  
**NIK. 41038021124**

**Penguji III,**



**Wachjuni, S.E., M.M**  
**NIK. 410106710221**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COSTUMER ENGAGEMENT* DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MOKOPI CAFE**

(Survey Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**LUPITA DAYANA**

**20200510257**

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 15 Juni 2024

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, Juni 2024

Dosen Pembimbing I



**Wachjuni, S.E., M.M**  
**NIK. 410106710221**

Dosen Pembimbing II



**Neng Evi Kartika, S.E., M.M**  
**NIK. 410108920248**


**Mengetahui,**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. H. Eili Karmela F. S.E., M.Si**  
**NIK. 41038971054**

Kepala Program Studi Manajemen



**Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy**  
**NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COSTUMER ENGAGEMENT*, DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOKOPI CAFE (Survey Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)". ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 1 Mei 2024

Penulis



Lupita Dayana

20200510257

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*“Gonna fight and don't stop, until you are proud”*

### **PERSEMBAHAN**

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini melainkan pada lembar persembahan.

Dengan mengucap syukur atas segala puji dan rahmat Allah SWT , skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua tercinta, keluarga, sahabat dan tentunya untuk diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang hingga mencapai titik ini.

## **ABSTRAK**

**Lupita Dayana (20200510257) “Pengaruh *Service Quality*, *Costumer Engagement* dan *Electroic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mokopi Cafe” (Survei Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh Pembimbing I : Wachjuni, S.E., M.M dan Pembimbing II : Neng Evi Kartika, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *costumer engagement* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Mokopi Cafe. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang didapat diolah dengan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : *Service Quality*, *Costumer Engagement* dan *Electronic word of mouth* baik secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mokopi Café.

**Kata Kunci : *Service Quality*, *Costumer Engagement*, *Electronic word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

***Lupita Dayana (20200510257) "The Influence of Service Quality, Customer Engagement and Electronic Word of Mouth on Decisions Purchases at Mokopi Cafe". (Survey on Generation Z in Kuningan Regency) Management Studies Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan. Supervised by Supervisor I: Wachjuni, S.E., M.M and Supervisor II: Neng Evi Kartika, S.E., M.M.***

*This research aimed to determine the influence of service quality, customer engagement, and electronic word of mouth on purchasing decisions at Mokopi Cafe. The sample in this research is Generation Z in Kuningan Regency. The research method used by the author in this research was a quantitative method by using a questionnaire via Google Form. The total number of samples in this study was 100 respondents. The data collection technique used by the author in this study was a questionnaire, and its measurement was done using an interval scale. The data obtained were processed using the multiple linear regression analysis method with the help of SPSS version 23 software. The hypothesis was tested using descriptive analysis techniques. The research results showed that: Service Quality, Customer Engagement, and Electronic Word of Mouth both simultaneously and partially had a positive and significant impact on the purchasing decisions at Mokopi Café.*

***Keywords: Service Quality, Customer Engagement, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision.***

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga usulan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COSTUMER ENGAGEMENT*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOKOPI CAFE”** dapat diselesaikan tepat waktu dalam rangka memenuhi tugas akhir perkuliahan.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan usulan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk diri penulis maupun usulan penelitian ini.

Tak lupa dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memfasilitasi penulis selama menyusun usulan penelitian ini. Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal kebaikan dan keberkahan.

Kuningan, Mei 2024

Penulis

**LUPITA DAYANA**

**20200510257**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas berkah, rahmat dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam setiap proses yang telah dihadapi hingga mencapai titik ini tidak hanya hasil dari usaha penulis sendiri, tetapi juga berkat bantuan, dorongan, bimbingan yang tak ternilai. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada Yth :

1. Untuk kedua orangtua tercinta Ibu Ijah Atijah dan Bapak Nana Supriatna serta keluarga, terimakasih atas segala kasih sayang dan cinta kasih yang telah diberikan untuk penulis selama 21 tahun ini, terimakasih atas segala do'a yang selalu mengiringi di setiap langkah penulis, dukungan dan kesabaran yang tiada habisnya memberi semangat dan motivasi agar terus semangat menggapai cita-cita, terimakasih atas segala usaha dan upayanya baik secara moral dan material selalu membersamai penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan perkuliahan dan menyandang gelar sarjana.
2. Ibu Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik
5. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen
6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

7. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan
8. Untuk sahabat penulis Azzahra Yasri Fitriani, terimakasih telah menjadi pendengar dan selalu mengulurkan tangan, memberikan pundaknya, selalu memahami serta menemani di segala situasi dan kondisi penulis.
9. Untuk sahabat-sahabat penulis Diah, Nita, Ersalina, Arifah, Ira, Farhan, Lutfi atau **“Barudak Well”** khususnya Anty dan Fahmi **“Ciawi Geng”** terimakasih telah menemani dan mewarnai perjalanan penulis selama perkuliahan, terimakasih telah berjuang bersama – sama melewati suka dan duka menyelesaikan perkuliahan kurun waktu kurang lebih empat tahun ini.
10. Untuk para sahabat KKN, khususnya para **“JIMON”**, terimakasih telah memberikan pelajaran dan pengalaman yang luar biasa, memberikan arti kekeluargaan yang tidak sedarah.
11. Untuk keluarga besar kelas dengan user **“OFFICIAL MANAJEMEN J”** terima kasih karena telah kebersamai dan menjadi teman seperjuangan penulis selama kurang lebih empat tahun ini.
12. Untuk orang – orang baik dan teman – teman penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih telah mengenal dan memberikan *support* kepada penulis.
13. *Last but not least* untuk penulis sendiri, terimakasih atas perjuangan batin, fisik, dan air mata turut serta melalui hambatan dan rintangan yang ada, terimakasih telah bertahan melewati proses yang tidak disaksikan oleh siapapun.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 12</b>	
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 <i>Service Quality</i> .....	17
2.1.4 <i>Costumer Engagement</i> .....	20
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WoM)</i> .....	23

2.1.6 Hubungan Antar Variabel .....	25
2.1.7 Penelitian Terdahulu .....	28
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.3 Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	37
3.2 Operasional Variabel .....	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel .....	40
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4.1 Jenis Data .....	41
3.4.2 Sumber Data .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5.1 .....	Skala Pengukuran
.....	42
3.6 Uji Instrumen .....	43
3.7 Teknik Analisa Data .....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.7.5 .....	Uji Hipotesis
.....	52
3.7.5.1 .....	Uji Simultan (Uji F)
.....	52
3.7.5.2 .....	Uji Parsial (Uji T)
.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.1.1 .....	Gambaran Karakteristik Responden
.....	55
4.1.1.1 .....	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
.....	55

4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	56
4.1.2	Analisis Deskriptif	57
4.1.3	Uji Asumsi Klasik	67
4.1.3.1	Uji Normalitas	67
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas	68
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas	68
4.1.4	Analisis Regresi Linear Berganda	74
4.1.5	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	74
4.1.6	Uji Hipotesis	72
4.1.6.1	Uji F (Simultan)	72
4.2	Pembahasan	74
4.2.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> , <i>Costumer Engagement</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.2.3	Pengaruh <i>Costumer Engagement</i> Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.2.4	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSAKA		79

LAMPIRAN – LAMPIRAN .....88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Mokopi Cafe, Otaku Coffee & Roastery dan Onedis Coffee .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian .....	38
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> (X1) .....	44
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel <i>Costumer Engagement</i> (X2) .....	45
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X3) .....	46
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y .....	48
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan .....	56
Tabel 4. 4 Data Rata-rata Variabel <i>Service Quality</i> (X1) .....	57
Tabel 4. 5 Data Rata-rata Variabel <i>Costumer Engagement</i> (X2) .....	60
Tabel 4. 6 Data Rata-rata Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3) .....	62
Tabel 4. 7 Data Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	64
Tabel 4. 8 Uji Normalitas .....	67
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas .....	68
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas .....	69
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
Tabel 4. 13 Uji T (Parsial) .....	73

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 Data Omset Mokopi Cafe, Otaku Coffee & Roastery dan Onedis Coffee .....	4
----------------------------------------------------------------------------------------	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistika Produksi Kopi Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Diagram Keputusan Pembelian .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 3. 1 Kriteria Alternatif Bobot Jawaban.....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	: Pengantar Bimbingan Skripsi Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Data Hasil Penelitian
Lampiran IV	: Hasil Olah Data SPSS Versi 23
Lampiran V	: Tabel r (taraf signifikan 0,05) Tabel f (taraf signifikan 0,05) Tabel t (taraf signifikan 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup