

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD*
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI TUKU DI KOTA SURABAYA CABANG MERR**
(Studi Pada Konsumen Varian “Kopi Susu Tetangga” di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

SUKAINA ABIR SILVIA
NPM. 21042010109

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD*
OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI TUKU DI KOTA SURABAYA CABANG MERR**

(Studi Pada Konsumen Varian "Kopi Susu Tetangga" di Surabaya)

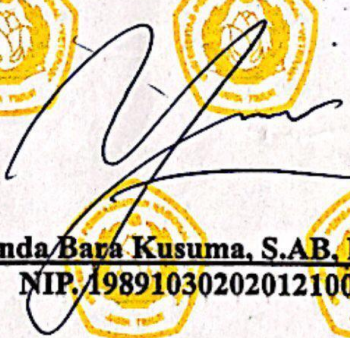
Disusun Oleh

SUKAINA ABIR SILVIA
NPM. 21042010109

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TUKU DI KOTA SURABAYA CABANG MERR
(Studi Pada Konsumen Varian "Kopi Susu Tetangga" di Surabaya)

Disusun Oleh:

SUKAINA ABIR SILVIA
NPM. 21042010109

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan
Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sukaina Abir Silvia
NPM : 21042010109
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 17 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Sukaina Abir Silvia
NPM. 21042010109

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Tuku di Surabaya” dengan baik dan lancar sebagai bentuk pemenuhan persyaratan kelulusan sesuai kurikulum program studi Administrasi Bisnis. Peneliti juga ingin berterima kasih kepada Bapak Pak Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB selaku Dosen Pembimbing skripsi karena sudah membimbing peneliti dengan kritik dan saran agar skripsi ini selesai dan sesuai dengan kaidah penulisan serta memiliki kredibilitas secara ilmiah. peneliti menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., MA. Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasti Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Mama dan Ayah yang tercinta

5. Spjg pride dan teman-teman lainnya yang membantu serta memberikan semangat

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga peneliti terbuka terhadap kritik dan saran, namun peneliti berharap proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 17 Juli 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Pemasaran	18
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.4 Kualitas Produk.....	19
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.2.4.2 Indikator Kualitas Produk	20
2.2.5 Harga.....	21
2.2.5.1 Pengertian Harga	21
2.2.5.2 Indikator Harga	22
2.2.6 Electronic Word Of Mouth	23
2.2.6.1 Pengertian Electronic Word Of Mouth.....	23
2.2.6.2 Indikator Electronic Word Of Mouth	24
2.2.7 Keputusan Pembelian	25

2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.2.7.2 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	29
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.2.1 Definisi Operasional	32
3.2.2 Pengukuran Variabel	37
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Jenis Data	42
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.5.5 Koefisien Determinasi	48
3.6 Uji Hipotesis.....	49
3.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	49
3.6.2 Uji t (Uji Parsial).....	51
3.7 Jadwal Penelitian	53
BAB IV	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1.1 Profil Perusahaan	54
4.1.1.2 Produk Kopi Susu Tetangga.....	56
4.1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	56
4.1.1.4 Logo Perusahaan	57
4.1.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....	58
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	62
4.2 Hasil Analisis Data Penelitian	70
4.2.1 Uji Validitas	70
4.2.2 Uji Reliabilitas	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.3.1 Uji Normalitas	73
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	75
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.2.3.4 Uji Autokorelasi	77
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.2.5 Uji Hipotesis	80
4.2.5.1 Uji Simultan (Uji F)	80
4.2.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	81
4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	82
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.3.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	89
BAB V.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Produksi Kopi Dunia	1
Gambar 1. 2 Produksi Kopi Indonesia	2
Gambar 1. 3 Konsumsi Kopi Indonesia	2
Gambar 1. 4 Contoh Electronic Word of Mouth	9
Gambar 1. 5 Survei GoodStats	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 3. 1 Kurva Uji F	51
Gambar 3. 2 Kurva Uji T	52
Gambar 4. 1 Logo PT MAKA	57
Gambar 4. 2 Logo Toko Kopi Tuku	57
Gambar 4. 3 Pola P-Plot Normalitas	74
Gambar 4. 4 Grafik Histogram Normalitas	74
Gambar 4. 5 Scatterplot Heteroskedastisitas	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Domisili Responden	61
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	62
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga (X2)	65
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel EWOM (X3)	67
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Gletser.....	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial).....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	104
Lampiran 3 Hasil Output Penelitian SPSS.....	117

ABSTRAKSI

SUKAINA ABIR SILVIA, PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TUKU DI KOTA SURABAYA CABANG MERR (Studi Pada Konsumen Pembeli “Kopi Susu Tetangga” di Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk Kopi Susu Tetangga Toko Kopi Tuku cabang Merr, Surabaya. Kopi bukanlah sekedar minuman namun sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia di kehidupan sehari-hari mereka. Pemilihan produk kopi tidak terlepas dari kualitas produk, harga dan *ewom* produk tersebut yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *probability sampling* dengan metode *slovin sampling*. Data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder Data primer diperoleh dari kuesioner yang diisi responden, sedangkan data sekunder berasal dari sumber yang relevan dengan topik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tak hanya itu, secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya peran kualitas produk, harga, dan *E-WOM* dalam strategi pemasaran produk agar memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

SUKAINA ABIR SILVIA, *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF KOPI TUKU IN SURABAYA CITY, MERR BRANCH (Study on Consumer Buyers of “Kopi Susu Tetangga” in Surabaya)*

This study aims to analyze the influence of Product Quality, Price and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions of Kopi Susu Tetangga Toko Kopi Tuku Merr branch, Surabaya. Coffee is not just a drink but has become a lifestyle of Indonesian people in their daily lives. The selection of coffee products is inseparable from the quality of the product, price and ewom of the product which influences people's purchasing decisions. The type of research used in this study is associative research with quantitative methods. The sampling technique used is probability sampling with the slovin sampling method. The data in this study are primary data and secondary data. Primary data was obtained from questionnaires filled out by respondents, while secondary data came from sources relevant to the topic. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on purchasing decisions, price has a significant effect on purchasing decisions, and E-WOM has a significant effect on purchasing decisions. Not only that, simultaneously the three variables have a significant effect on purchasing decisions. Therefore, this study emphasizes the importance of the role of product quality, price, and E-WOM in product marketing strategies in order to strengthen consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Purchasing Decisions