

**PENGARUH USER EXPERIENCE, BRAND TRUST
DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION
PADA APLIKASI KOPI KENANGAN**

SKRIPSI



Oleh :

SABRINA PUTRI DENITA

NPM. 22042010323

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *USER EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN
E-SERVICE QUALITY TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PADA APLIKASI KOPI KENANGAN**

Disusun Oleh:
SABRINA PUTRI DENITA

NPM. 22042010323

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH USER EXPERIENCE, BRAND TRUST, DAN
E-SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION PADA APLIKASI KOPI
KENANGAN

Disusun Oleh:
SABRINA PUTRI DENITA
NPM. 22042010323

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 21 Mei 2026

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196902011994031001

Menyetujui,
Tim Penguji:
1. Ketua


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338
2. Sekretaris


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196902011994031001
3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sabrina Putri Denita
NPM : 22042010323
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : 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/Disertasi~~ 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, 21 Mei 2026

Yang  dan



Sabrina Putri Denita
NPM. 22042010323

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan Karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *User Experience*, *Brand Trust*, dan *E-Service Quality* terhadap *Purchase Decision* pada Aplikasi Kopi Kenangan”.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selain itu, penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Dosen Pembimbing yaitu Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial , Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua penulis, alm. Bapak R. Bagus Raditya Wijaya dan Ibu Yunita Syafrida, serta adik penulis Zidane Yusya Mahendra yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Segala perjuangan dan pengorbanan yang diberikan menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana dengan baik. Penulis sangat bersyukur atas segala doa dan dukungan yang selalu menyertai setiap langkah penulis.
6. *My Special Partner*, Ahmadika Gunanggoro Prisatria yang senantiasa memberikan perhatian, dukungan, doa, serta semangat kepada penulis dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Kehadirannya menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Aminah, Aulia, Dewi, Sasa dan Oriana yang selalu memberikan bantuan, dukungan, serta semangat kepada penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Penulis merasa sangat bersyukur dipertemukan dengan teman-teman yang selalu menemani dan memberikan banyak kenangan serta pengalaman berharga.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan dalam proses penyelesaian penelitian ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRAK	XIV
ABSTRACT	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	21
2.2.3 <i>User Experience</i>	29
2.2.4 <i>Brand Trust</i>	33
2.2.5 <i>E-Service Quality</i>	37
2.2.6 <i>Purchase Decision</i>	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	45
2.3.1 Hubungan Antara <i>User Experience</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ...	45
2.3.2 Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	46
2.3.3 Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	47
2.3.4 Hubungan Antara <i>User Experience</i> , <i>Brand Trust</i> , dan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	48

2.4 Kerangka Berpikir	50
2.5 Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	55
3.2.1 Definisi Operasional.....	55
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	58
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	58
3.3.1 Populasi.....	58
3.3.2 Sampel.....	59
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	60
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel.....	61
3.4.1 Sumber Data.....	61
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	62
3.5 Teknik Analisis Data	62
3.5.1 Statistik Deskriptif	62
3.5.2 Uji Validitas	63
3.5.3 Uji Reliabilitas	64
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.5.5 Uji Regresi Linier Berganda	69
3.5.6 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	76
4.1.1 Profil Perusahaan	76
4.1.2 Logo Perusahaan	79
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	79
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	80
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	80
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	84
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	93

4.3.1 Uji Validitas	93
4.3.2 Uji Reliabilitas	94
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	95
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
4.3.5 Uji Hipotesis.....	101
4.4 Pembahasan.....	105
4.4.1 Pengaruh Secara Simultan <i>User Experience (X1), Brand Trust (X2), dan E-Service Quality (X3)</i> terhadap <i>Purchase Decision (Y)</i>	105
4.4.2 Pengaruh <i>User Experience (X1)</i> terhadap <i>Purchase Decision (Y)</i>	106
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Trust (X2)</i> terhadap <i>Purchase Decision (Y)</i>	108
4.4.4 Pengaruh <i>E-Service Quality (X3)</i> terhadap <i>Purchase Decision (Y)</i>	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi Kopi Kenangan	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	23
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	53
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	72
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji T).....	74
Gambar 4.1 Logo Brand Kopi Kenangan.....	79
Gambar 4.2 P-Plot Normalitas	97
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Digital dan <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2020-2025).....	2
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	82
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.5 Interval Kategori Skala Likert.....	84
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>User Experience</i>	85
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	87
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-service Quality</i>	89
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	98
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas.....	100
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	101
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	102
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	103
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 Data Responden.....	122
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	126
Lampiran 4 Hasil Distribusi Karakteristik Responden	132
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	135
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilittas	137
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	138
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Validitas	140
Lampiran 9 Jadwal Penelitian	142
Lampiran 10 Surat Keterangan Uji Plagiasi.....	143
Lampiran 11 Hasil Uji Plagiasi	144
Lampiran 12 <i>Letter of Acceptance</i> (LoA).....	145

ABSTRAK

Sabrina Putri Denita, 22042010323, Pengaruh *User Experience*, *Brand Trust*, dan *E-service Quality* terhadap *Purchase Decision* pada Aplikasi Kopi Kenangan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *user experience*, *brand trust* dan *e-service quality* terhadap *purchase decision* pada aplikasi Kopi Kenangan. Jenis penelitian ini yaitu asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat Surabaya pengguna aplikasi Kopi Kenangan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 120 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Berdasarkan Hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *User Experience* (X1), *Brand Trust* (X2), dan *E-Service Quality* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* (Y) pada pengguna aplikasi Kopi Kenangan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan (Uji F) yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi *Purchase Decision* (Y) dapat diterima. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kombinasi antara pengalaman pengguna yang baik, kepercayaan terhadap merek, serta kualitas layanan elektronik yang diberikan mampu meningkatkan keputusan pembelian pada aplikasi Kopi Kenangan.

Kata Kunci: *User Experience*, *Brand Trust*, *E-Service Quality*, *Purchase Decision*.

ABSTRACT

Sabrina Putri Denita, 22042010323, *The Influence of User Experience, Brand Trust, and E-Service Quality on Purchase Decisions in the Kopi Kenangan App*

This study aims to analyze the influence of user experience, brand trust, and e-service quality on purchase decisions on the Kopi Kenangan application. This type of research is associative with a quantitative approach, which aims to analyze the relationship and influence between two or more variables. In this study, the population is the people of Surabaya who use the Kopi Kenangan application, whose number is not known for certain. The number of samples in this study was 120 respondents. Data analysis techniques in this study include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis tests, and coefficients of determination. Based on the results of the tests that have been carried out, it can be concluded that User Experience (X1), Brand Trust (X2), and E-Service Quality (X3) simultaneously have a significant effect on Purchase Decision (Y) on Kopi Kenangan application users. This is proven by the results of the simultaneous test (F Test) which shows a significance value smaller than 0.05 so that the hypothesis stating that the three variables together influence Purchase Decision (Y) can be accepted. Thus, it can be said that the combination of good user experience, trust in the brand, and the quality of electronic services provided can increase purchasing decisions on the Kopi Kenangan application.

Keywords: *User Experience, Brand Trust, E-Service Quality, Purchase Decision*