

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN *COFFEE* DI RUANG *TEMU COFFEE & SPACE***



**SKRIPSI**

**ATIKAH DHIYA KHANSA ARYANI**

**2002010209**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN *COFFEE* DI RUANG *TEMU COFFEE & SPACE***



**SKRIPSI**

(Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen)

**ATIKAH DHIYA KHANSA ARYANI**

**2002010209**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN *COFFEE* DI RUANG TEMU *COFFEE & SPACE***



**SKRIPSI**

(Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen)

Disusun Oleh :

**ATIKAH DHIYA KHANSA ARYANI**

**2002010209**

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



**Dr. Emy Rachmawati S.E., M.M**

**NIK. 2160122**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Atikah Dhiya Khansa Aryani  
NIM : 2002010209  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Pengaruh *Brand Image, Brand Trust, Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Minuman *Coffee* di Ruang *Temu Coffee & Space*.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M  
Anggota 1 : Drs. Suyoto, M.Si., Ph. D., CHRA  
Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M. Si  
Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 24 Januari 2025

()  
()  
()

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
  
  
Tubastuvi, S.E., M.Si.  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Atikah Dhiya Khansa Aryani  
NIM : 2002010209  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yang Membuat Pernyataan



Atikah Dhiya Khansa Aryani

## MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham tentang *struggle* dan masa sulit kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kitalah yang akan bangga dengan apa yang telah kita perjuangkan hari ini”

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan”

(QS. Al – in syirah 5 – 6)

“*It will pass, everything you’ve gone though it will pass*”

(Rachel Vennya)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji Syukur kehadiran Allah SWT atas karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Sungguh sebuah perjuangan yang cukup Panjang yang telah dilalui untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Rasa Syukur, Bahagia, atas keberhasilan saya sampai dititik ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik; Kepada ayah, ibu, dan kedua saudara kandung saya yang telah memberikan doa untuk kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini, memberikan kebahagiaan sehingga sampai pada saat ini saya masih diberikan kehidupan yang bahagia atas berkat kalian.

Terimakasih atas segala doa, motivasi, dukungan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah, Amiin.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat – Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Drs. Suyoto, M.Si., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi ini, serta telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
4. Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini;
5. Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si, yang telah bersedia memberikan waktu, dan tenaganya dengan memberikan berbagai masukan dan pertanyaan untuk menguji kelayakan sebagai sarjana Manajemen, serta sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan semangat, arahan dan bimbingan dari awal perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir;
6. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff & karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan

- bekal ilmu dan pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
7. Seseorang yang memiliki pintu surga ditelapak kakinya, ibu Yani Retno Wiyati yang telah berjuang melahirkan saya dengan penuh perjuangan dan pengorbanan serta merawat dan mendidik dengan penuh kesabaran yang luar biasa, selalu memberikan cinta dan kasih sayang, bangga membesarkan putri keduanya serta selalu melangitkan doa – doa terbaik demi kelancaran studi saya, selalu memberikan semangat dukungan dan motivasi untuk mewujudkan cita – cita, semoga Allah SWT memberikan keberkahan didunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, aamiin. Saya persembahkan karya tulis yang sederhana dan gelar ini untuk ibu tercinta.
  8. Cinta pertama untuk anak perempuannya, bapak Sigit Arieyanto, beliau memang tidak secara langsung mendampingi dalam menyusun skripsi ini, tetapi saya yakin bahwa beliau selalu membantu melalui doa – doanya. Meskipun tidak dapat berjumpa setiap hari tetapi saya yakin tidak ada ayah yang tidak meyakini anaknya. Begitu juga dengan saya, hasil skripsi ini saya persembahkan kepada beliau sebagai salah satu pembuktian bahwa anak perempuan satu- satunya ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik, dengan harapan dapat membanggakan ayah.
  9. Yang tersayang kedua saudara kandung saya, Aryan Cahya Agung Pambudi dan Rafif Aryan Adi Candra yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan didalam keluarga selalu menjadi garda terdepan untuk melindungi satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan masa pendidikannya dengan baik. Semoga kekeluargaan ini selalu erat sampai tua nati dan selalu membantu satu sama lain
  10. Teman – teman saya, Izza, Shelomita, Dika, Ferninda, Ivan, Zidan, terima kasih karena selalu memberikan dukungan, bantuan, motivasi dan semangat untuk terus berjuang hingga tugas akhir ini selesai;
  11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu;

12. Terakhir, untuk diri sendiri Atikah terima kasih sudah berjuang begitu keras selalu bersemangat untuk segala sesuatu yang dicita – citakan hingga satu persatu keinginan dan harapan dapat terwujud. Terima kasih sudah hebat selalu berusaha menjalankan pendidikannya sampai dititik terakhir disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri. Apapun yang telah dilalui hingga saat ini terimakasih karena tetap bertahan. Tetap jadi perempuan cantik yang selalu mengusahakan semuanya untuk diri sendiri dan tidak pernah lelah untuk mencoba, ini adalah salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 24 Januari 2025

Penulis



Atikah Dhiya Khansa Aryani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Atikah Dhiya Khansa Aryani  
NIM : 2002010209  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*NonExclusice Royalty – Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Karya Ilmiah ini berjudul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE, BRAND TRUST, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN *COFFEE* DI RUANG TEMU *COFFEE & SPACE***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/menginformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat mempublikasi, tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 24 Januari 2025

Yang menyatakan,



Atikah Dhiya Khansa Aryani

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN *COFFEE* DI RUANG TEMU *COFFEE & SPACE***

Atikah Dhiya Khansa Aryani<sup>1</sup>, Dr. Erny rachmawati S.E., M.M<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis<sup>(1) (2)</sup> Universitas Muhammadiyah Purwokerto<sup>(1) (2)</sup>

[dhiyakaatikah@gmail.com](mailto:dhiyakaatikah@gmail.com)<sup>1</sup>[ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand trust*, *electronic word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman *coffee* di Ruang Temu *Coffee & Space*. jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah membeli dan mengonsumsi minuman *coffee* yang ada di Ruang Temu dengan usia minimal 17 tahun. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria responden diperoleh sebanyak 115 responden dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand trust* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *brand image*, *brand trust*, *electronic word of mouth*, kualitas produk, keputusan pembelian.

# THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS COFFEE DRINK AT RUANG TEMU COFFEE & SPACE

Atikah Dhiya Khansa Aryani<sup>1</sup>, Dr. Erny rachmawati S.E., M.M<sup>2</sup>

Management Study Program S1 Faculty of Economics and Business<sup>(1) (2)</sup>  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto<sup>(1) (2)</sup>

[dhiyakaatikah@gmail.com](mailto:dhiyakaatikah@gmail.com)<sup>1</sup>[ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)<sup>2</sup>

## ABSTRACT

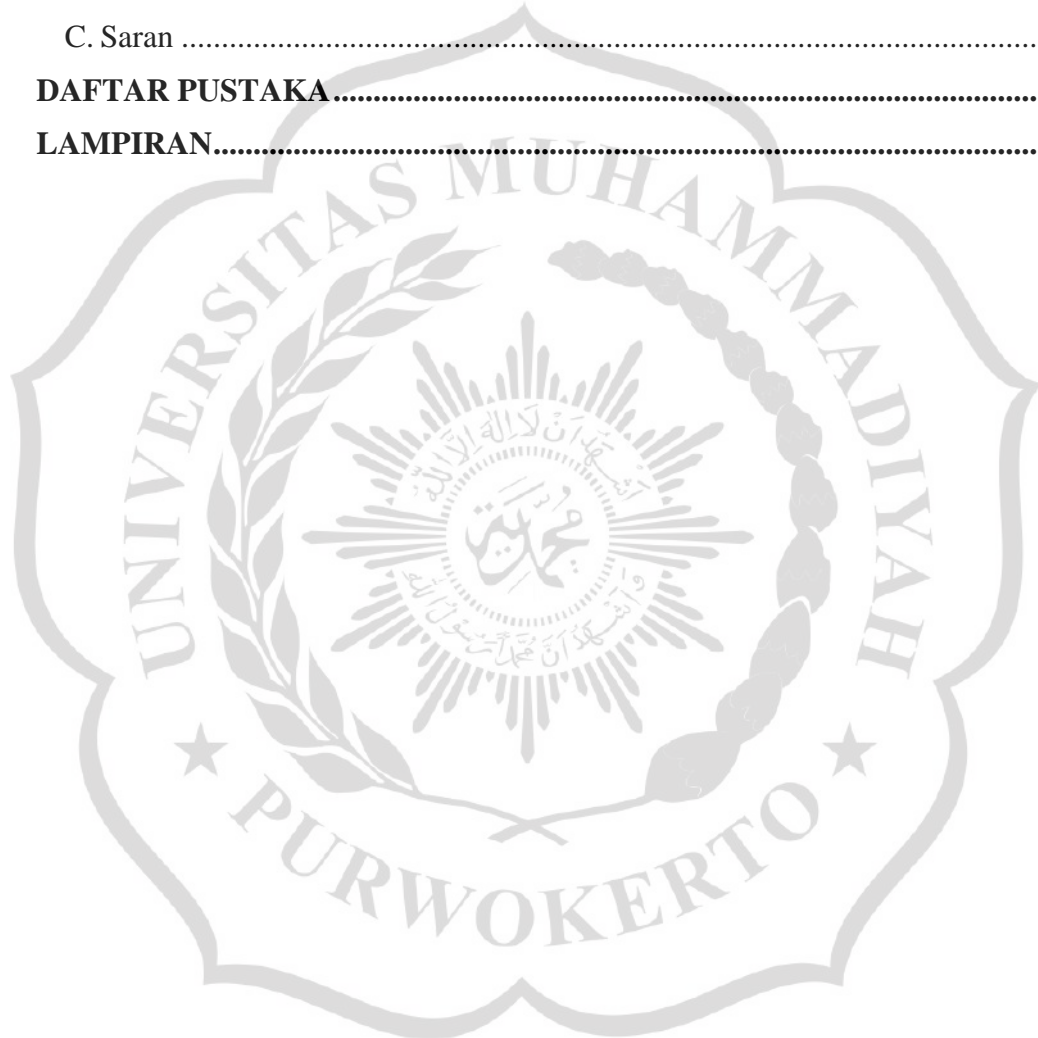
*The purpose of this study was to analyze the influence of brand image, brand trust, electronic word of mouth, and product quality on purchasing decisions coffee drink at Ruang Temu Coffee & Space. This type of research uses quantitative. The population in this study was the general public who had purchased and consumed coffee drink at Ruang Temu with a minimum age of 17 years. The selection of samples in this study was carried out using the purposive sampling method. Based on the respondent criteria, 115 respondents were obtained with data collection techniques through questionnaires. Data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, determination coefficient tests, and t tests. The results of this study indicate that brand image has a positive but not significant effect on purchasing decisions, brand trust has a positive but not significant effect on purchasing decisions, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords :** brand image, brand trust, electronic word of mouth, product quality, purchasing decisions.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori .....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pemikiran.....	40
D. Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian .....	48
B. Populasi dan Sampel.....	48
C. Jenis, Sumber, dan Metode .....	51
D. Variabel penelitian.....	52
E. Definisi Konseptual dan Definisi Oprasional .....	53
F. Indikator dan Pembentukan Item Pernyataan.....	56
G. Metode Analisis Data .....	60

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Hasil Penelitian.....	72
B. Pembahasan.....	112
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>121</b>
A. Kesimpulan .....	121
B. Keterbatasan Penelitian.....	121
C. Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 9 Coffe shop di Purwokerto dengan Rattng Tinggi .....	2
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Indikator & Pernyataan Brand Image .....	56
Tabel 3. 2 Tabel Indikator & Pernyataan Brand Trust.....	57
Tabel 3. 3 Tabel Indikator & Pernyataan Electronic Word Of Mouth.....	58
Tabel 3. 4 Tabel Indikator & Pernyataan Kualitas Produk .....	59
Tabel 3. 5 Tabel Indikator & Pernyataan Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4. 1 Response Rate .....	75
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden.....	76
Tabel 4. 3 Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	79
Tabel 4. 4 Uji Deskriptif Variabel Brand Image .....	81
Tabel 4. 5 Uji Analisis Deskriptif Variabel Brand Trust .....	84
Tabel 4. 6 Uji Analisis Deskriptif Variabel Electronic Word Of Mouth.....	86
Tabel 4. 7 Uji Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	90
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	92
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust.....	93
Tabel 4. 10 Hasil Uji validitas Electronic Word Of Mouth .....	94
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	95
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	96
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	97
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas .....	98
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	101
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	101
Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinan .....	105
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pendapatan Perbulan Ruang Temu Coffee & Space .....	5
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3. 1 Kurva Uji hipotesis Pertama .....	68
Gambar 3. 2 Kurva Uji Hipotesis Kedua .....	69
Gambar 3. 3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga .....	70
Gambar 3. 4 Kurva Uji Hipotesis Keempat .....	71
Gambar 4. 1 Kurva Uji Hipotesis pertama.....	107
Gambar 4. 2 Kurva Uji Hipotesis kedua .....	108
Gambar 4. 3 Kurva Uji Hipotesis ketiga .....	110
Gambar 4. 4 Kurva Uji Hipotesis keempat .....	111



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran 2 : Data Responden.....	141
Lampiran 3 : Data Kuesioner .....	150
Lampiran 4 : Statistik Deskriptif.....	187
Lampiran 5 : Uji Instrumen.....	192
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik .....	204
Lampiran 7 : Analisis Regresi Linear Berganda.....	206
Lampiran 8 : Uji Kecocokan Model.....	207
Lampiran 9 : r Tabel.....	208
Lampiran 10 : t Tabel.....	209
Lampiran 11 : Dokumentasi.....	210
Lampiran 12 : Bukti Plagiarisme .....	212

