

**PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN,
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOPI KENANGAN
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun oleh:

Rocky Khansa Rakha Dimas

1122000028

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN,
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOPI KENANGAN
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun oleh:

Rocky Khansa Rakha Dimas

1122000028

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rocky Khansa Rakha Dimas

NBI : 1122000028

**Judul : PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI KOPI KENANGAN SURABAYA**

Surabaya, 8 Juli 2024

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing 1



Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.

NPP. 20120930305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 1 Juli 2024.

Dewan Penguji:

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.
Ketua

2. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
Anggota

3. Dra. Awin Mulyati, M.M.
Anggota

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Awin Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rocky Khansa Rakha Dimas
NBI : 1122000028
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Kenangan Surabaya.

Menyatakan Bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



(Rocky Khansa Rakha Dimas)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rocky Khansa Rakha Dimas
NBI : 1122000028
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Kenangan Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive RoyaltyFree Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Rocky Khansa Rakha Dimas

MOTTO

"Strive for perfection in everything you do. Take the best that exists and make it better. When it does not exist, design it."

Henry Royce

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ayah dan Ibu tercinta, yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang dan doa yang tiada pernah putus.
2. Seluruh Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya Dosen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktu dan tenaganya untuk menuntun dan mengajarkan saya untuk terus menjadi lebih baik, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.
3. Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan do'a untuk keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Untuk diri saya sendiri yang terus semangat, percaya diri dan tidak mudah berputus asa dalam bertanggung jawab menyelesaikan semua yang telah saya mulai.
5. Sahabat dan teman - teman saya yang selalu memberikan semangat serta dukungan selama pengerjaan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh cita rasa, kualitas pelayanan, dan digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Kenangan Surabaya. Dalam konteks bisnis kopi yang semakin berkembang di Indonesia, preferensi konsumen terhadap faktor-faktor tersebut menjadi krusial dalam memilih tempat membeli kopi. Dalam menghadapi persaingan ketat, Kopi Kenangan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produknya dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 responden yang telah membeli di Kopi Kenangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa cita rasa, kualitas pelayanan, dan digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Cita rasa yang baik meningkatkan kemungkinan pembelian ulang, sementara kualitas pelayanan yang memuaskan mendorong keputusan pembelian. Kemudian strategi digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, search engine marketing, email marketing, dan website, juga terbukti efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi Kopi Kenangan dalam menyusun strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Disarankan untuk memperhatikan cita rasa yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan, serta memanfaatkan strategi digital marketing seperti pemanfaatan media sosial dan pengelolaan website yang user-friendly. Temuan ini juga menekankan pentingnya inovasi produk dan adaptasi terhadap tren pemasaran digital untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Diharapkan, dengan implementasi strategi yang tepat, Kopi Kenangan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan memperkuat posisinya di pasar kopi lokal.

Kata Kunci: Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study discusses the influence of taste, service quality, and digital marketing on consumer purchasing decisions at Kopi Kenangan Surabaya. In the context of the growing coffee business in Indonesia, consumer preferences for these factors become crucial in selecting a place to buy coffee. In facing tough competition, Kopi Kenangan is required to continuously improve its product quality and adapt marketing strategies to technological developments. The research method used is descriptive quantitative with a sample of 100 respondents who have purchased at Kopi Kenangan. The analysis results show that taste, service quality, and digital marketing have a significant influence on purchasing decisions. Good taste increases the likelihood of repeat purchases, while satisfying service quality drives purchasing decisions. Furthermore, digital marketing strategies, including the use of social media, search engine marketing, email marketing, and websites, are also proven to be effective in influencing purchasing decisions. This research provides practical contributions to Kopi Kenangan in formulating marketing strategies and improving service quality to maximize customer satisfaction. It is recommended to pay attention to taste tailored to consumer preferences, improve service standards through training, and utilize digital marketing strategies such as social media utilization and user-friendly website management. These findings also emphasize the importance of product innovation and adaptation to digital marketing trends to gain a competitive advantage. It is hoped that, with the implementation of appropriate strategies, Kopi Kenangan can enhance consumer purchasing decisions and strengthen its position in the local coffee market.

Keywords: *Taste, Service Quality, Digital Marketing, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian konsumen Kopi Kenangan di Surabaya”.

Skripsi ini di buat dan diajukan untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran
2. Kedua orang tua yang amat saya sayangi dan banggakan, Bapak Dicky Ispriambodo dan Ibu Rosyta Kusuma Wardani, yang selalu mendoakan saya dan memberikan segala dukungan serta materi kepada saya dalam proses perkuliahan.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Dra. Diana Juni Mulyati M.M. selaku dosen pembimbing kedua saya yang selama ini mendampingi peneliti dari proses awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan penuh kesungguhan dan kesabaran dalam meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran peneliti.
4. Seluruh keluarga saya yang telah mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan segera.
5. Putri yang telah menolong saya dalam mengatasi segala kecerobohan saya, serta memberikan dukungan dan membantu dalam penyusunan skripsi.
6. Sahabat baik saya Firman, Alvin, Ade, Duta, Abi, Erlangga yang selalu siap memberikan info nongkrong dan billiard walaupun terkadang tidak tahu waktu, situasi dan kondisi.
7. Teman baik saya Galih, Farel, Desi, Anas, Dina dan Dini yang membantu dan memberikan saran kepada saya dalam penyelesaian skripsi. Serta teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2020, terima kasih atas cerita dan kenangan yang diberikan semasa kuliah.
8. Keluarga besar “Surabaya Hardcore, Enak e piyee (full driver), Bani tulung Agung, serta batal kontrak” yang memberikan keceriahan, emosi, cerita, dan info-info menarik kepada saya.
9. Kopi Kenangan mantan selalu menemani saya pada saat mengerjakan tugas perkuliahan, nongkrong, dan suntuk
10. Youtube music yang telah memberikan playlist lagu untuk menemani saya dalam menyelesaikan skripsi.

11.Last, but not least. I want to thank myself for all his hard work over the years.
Thank you for not giving up and keep trying.

Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan setiap kritik dan saran yang dapat membantu dalam memperbaiki dan menyempurnakan isi Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya sendiri serta para pembaca yang membacanya.

Surabaya, 05 Juni 2024

Penulis

Rocky Khansa Rakha Dimas

Daftar isi

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
Daftar isi	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah.....	6
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian.....	6
1.5. Sistematika penulisan.....	7
BAB II.....	9
Tinjauan Pustaka	9
2.1. Penelitian terdahulu.....	9
2.2 Landasan teori.....	14
2.2.1. Cita rasa	14
2.2.2. Kualitas pelayanan	17
2.2.3. Digital marketing.....	21
2.2.4. Keputusan pembelian.....	25

2.3	Definisi konsep dan operasional.....	27
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4.1.	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.3.	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .	29
2.5	Kerangka Pikir	29
2.6	Hipotesis	30
BAB III		31
	METODE PENELITIAN	31
3.1.	Rancangan penelitian	31
3.2.	Populasi dan sampel	31
3.2.1.	Populasi	31
3.2.2.	Sampel	31
3.3.	Pengukuran dan instrument	32
3.3.1.	Pengukuran.....	32
3.3.2.	Instrumen	34
3.4.	Jenis dan sumber data.....	35
3.4.1.	Jenis data.....	35
3.4.2.	Sumber data	35
3.5.	Teknik pengambilan data	35
3.6.	Teknik analisis data.....	36
3.6.1.	Uji asumsi klasik.....	36
3.6.2.	Regresi Linier Berganda	37
3.6.3.	Uji t (t-test)	38
3.6.4.	Koefisiensi Determinasi (R^2)	38
BAB IV		41
	PENYAJIAN DATA	41
4.1.	Penyajian data	41

4.1.1. Gambaran objek penelitian	41
4.1.2. Karakteristik responden	43
4.1.3. Uji Instrumen.....	45
4.1.4. Tabulasi Data.....	47
4.2 Analisis Data	72
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	72
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
3.6.4. Uji t (Parsial)	78
4.2.4. Koefisiensi Determinasi (R^2).....	79
4.3. Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.3.3 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V	83
PENUTUP.....	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA	87
Lampiran	92

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Wilayah dengan Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan penggunaan akses internet.....	3
Gambar 1. 3 Top 3 brand kopi lokal.....	4
Gambar 1. 4 Aplikasi Kopi Kenangan.....	4
Gambar 1. 5 Kopi Kenangan First F&B Unicorn in South East Asia	5
Gambar 2. 1 Kerangka pikir	30
Gambar 4. 1 Outlet pertama Kopi Kenangan	41
Gambar 4. 2 Outlet Kopi Kenangan Ruko Avenue Merr	42
Gambar 4. 3 Grafik Histogram	73
Gambar 4. 4 Uji Normal P-Plot.....	74
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	9
Tabel 2. 2 Definisi konsep & operasional	27
Tabel 3. 1 Skala likert.....	33
Tabel 3. 2 Kelas Interval.....	34
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Karakteristik responden dari penghasilan	45
Tabel 4. 5 Responden yang melakukan pembelian di Kopi Kenangan	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 8 Rata-Rata Skor Karakteristik Penelitian.....	48
Tabel 4. 9 Data Tabulasi Seluruh Variabel.....	48
Tabel 4. 10 Tabulasi Cita Rasa.....	54
Tabel 4. 11 Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4. 12 Tabulasi Variabel Digital Marketing.....	60
Tabel 4. 13 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4. 14 Analisis Tabulasi Cita Rasa.....	67
Tabel 4. 15 Analisis Tabulasi Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4. 16 Analisis Tabulasi Digital Marketing	69
Tabel 4. 17 Analisis Tabulasi Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4. 22 Hasil Uji t	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Hasil Turnitin	92
Lampiran 2 Surat Keterangan Bebas Laboratorium	93
Lampiran 3 Hasil Score Toefl	94
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 5 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	100
Lampiran 6 Grafik Histogram	100
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas menggunakan P-Plot	101
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	101
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	102
Lampiran 11 Hasil Uji Linier Berganda & Uji t.....	103
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	103
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	104
Lampiran 14 Karbim halaman belakang	105
Lampiran 15 Lembar Revisi	106