



Pengaruh Kualitas Layanan dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Sintesis Coffee Di Kabupaten Karawang

Siska Dwi Rahayu¹, Danang Kusnanto²

¹Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang

²Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 22 Desember 2022

Revised: 24 Desember 2022

Accepted: 26 Desember 2022

The influence of Service Quality and Electronic Word Of Mouth on Purchasing Decisions at coffee Sintesis cafes in Karawang Regency”, Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics, University of Singaperbangsa Karawang. The purpose of this study is to knowing, analyzing, and explaining the phenomenon of the effect of service quality and Electronic Word of Mouth on purchasing decisions at the Synthesis coffee cafe in Karawang Regency. This study uses quantitative methods with descriptive and verification analysis. Sampling in this study used incidental sampling with a sample of 262 respondents, namely visitors to the Synthesis Coffee cafe in Karawang Regency. The data analysis tools used are path analysis techniques and scale range analysis with the help of the Method of Successive Interval (MSI) and using SPSS version 22. The results show that Service Quality and Electronic Word of Mouth have a strong relationship, as well as Service Quality and Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Service Quality, Electronic Word of Mouth, Purchasing Decision*

(*) Corresponding Author: siskadr86@gmail.com

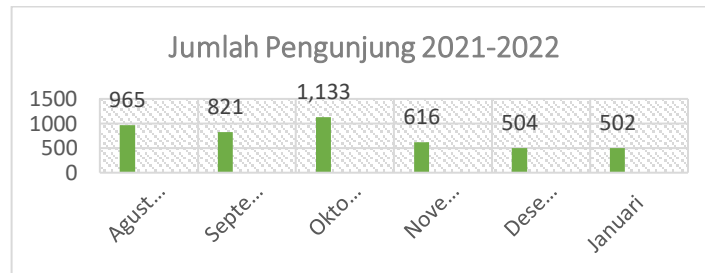
How to Cite: Rahayu, S., & Kusnanto, D. (2023). The Influence Of Service Quality And Electronic Word Of Mouth On Purchasing Decisions At The Synthesis Coffee Cafe In Karawang Regency. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 474-477. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7549302>.

INTRODUCTION

Kopi merupakan salah satu produk di dunia yang dilestarikan lebih dari 50 negara (Anwar,2019). Saat ini kopi sedang tren di kalangan masyarakat dan menjadi minuman yang banyak diminati dan terkenal didunia. Menurut Listyari (2006) sebutan kafe menunjuk pada cafe atau *coffee shop*. Sebutan ini berasal dari Bahasa Perancis yang artinya adalah kopi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tempat yang bermunculan khususnya cafe di Kabupaten Karawang membuat persaingan semakin ketat dengan berbagai jenis-jenis cafe yang sangat mempengaruhi perkembangan dalam bidang ekonomi.

Cafe Sintesis *Coffee* Karawang merupakan usaha dibidang kuliner dengan jenis cafe yang menyediakan berbagai minuman dan makanan, mulai dari yang ringan sampai yang berat. Cafe Sintesis *Coffee* menyediakan tempat yang unik dan *instagramable* serta kekininian yang diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan. Selain itu, harga yang cukup bersahabat pada sajian di Cafe Sintesis *Coffee* diyakini dapat mendatangkan banyak pengunjung.





Gambar 1. Jumlah Pengunjung Cafe Sintesis Coffee
Sumber: Cafe Sintesis Coffee, 2022

Berdasarkan gambar 1. menunjukkan bahwa jumlah pengunjung selalu mengalami penurunan, hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian yang berdampak pada menurunnya penjualan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong pembeli untuk mengambil keputusan pembelian, diantaranya yaitu Kualitas layanan dan *e-WOM* (Santosa, 2019). *E-WOM* dapat menjadi pengaruh dari keputusan pembelian karena mudahnya tersebar informasi melalui *e-WOM*. Sedangkan kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amirullah (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Honda.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti ialah metode kuantitatif. Pendekatan penelitian ini yaitu peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dan pendekatan verifikatif. Populasi pada penelitian ini ialah para pengunjung yang pernah melakukan pembelian di cafe Sintesis Coffee di Kabupaten Karawang dari bulan Agustus hingga bulan Januari dengan hasil rata-rata pengunjung sebanyak 756,8333 dibulatkan menjadi 757 pengunjung. Pada penelitian ini penentuan jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus Slovin karena sampel dapat dihitung dari populasi yang tak terhingga dengan tingkat kesalahan $e = 5\%$ (Sugiyono, 2017). Adapun rumus slovin $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$ dengan hasil dari perhitungan tersebut ditemukan sampel yang akan dipakai oleh peneliti ialah 261,711 atau dibulatkan menjadi 262 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 262 responden yang dirasakan cukup untuk mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampling *incidental*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini uji validitas untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) menunjukkan bahwa seluruh indikator yang berjumlah 11 pernyataan dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator $> 0,300$. Variabel *Electronic Word Of Mouth* (X_2) menunjukkan bahwa seluruh indikator yang berjumlah 9 pernyataan dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator $> 0,300$. Variabel Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa seluruh indikator yang berjumlah 12 pernyataan dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator $> 0,300$.

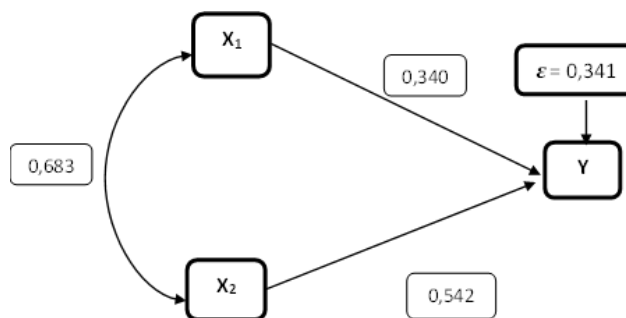
Uji reliabilitas ketiga variabel dikatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,600. Variabel Kualitas Layanan (X_1) 0,769, *Electronic Word Of*

Mouth (X_2) 0,855 dan Keputusan Pembelian (Y) 0,859. Artinya alat ukur pada penelitian ini merupakan alat ukur yang dapat dipercaya.

Uji Normalitas pada penelitian ini yaitu 32 pernyataan dari variabel Kualitas Layanan, *Electronic Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian mempunyai nilai $> 0,05$ yaitu 0,136 yang artinya data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Pembahasan dari metode deskriptif dalam penelitian ini yaitu rata-rata nilai semua indikator Kualitas Layanan yaitu 1.065 terletak pada bar scale setuju, artinya kualitas Layanan yang telah dilakukan cafe Sintesis *Coffee* di Kabupaten Karawang sudah berada pada kondisi baik. Rata-rata nilai semua indikator Variabel *Electronic Word Of Mouth* yaitu 1.053 terletak pada bar scale setuju, artinya *electronic word of mouth* yang telah dilakukan oleh cafe Sintesis *Coffee* di kabupaten Karawang sudah baik. Rata-rata nilai semua indikator dari variabel Keputusan Pembelian yaitu 1.082 terletak pada bar scale setuju, artinya pengunjung setuju untuk melakukan pembelian produk-produk kulinernya cafe Sintesis *Coffee* di kabupaten Karawang.

Berikut pembahasan dari metode verivikatif dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 2. Analisis Jalur Kualitas Layanan (X_1) dan *electronic Word Of Mouth* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan gambar 2. Koefisien korelasi antara Kualitas Layanan dan *Electronic Word Of Mouth* memiliki nilai sebesar 0,683 dan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan searah karena mempunyai nilai yang positif. Pengaruh secara parsial Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,340 atau 34,0%. Dengan demikian pengaruh secara parsial Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian hanya sebesar 34,0%. Pengaruh secara parsial *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian nilainya ialah 0,542 atau 54,2%. Dengan demikian pengaruh secara parsial *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian hanya sebesar 54,2%. Pengaruh Simultan Kualitas Layanan dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian sebesar 0,659, hal itu menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X_1) dan *Electronic Word Of Mouth* (X_2) memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 65,9% sedangkan sisanya $100-65,9= 34,1\%$ merupakan kontribusi dari variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Kualitas layanan yang dilakukan cafe Sintesis *coffee* sudah pada kondisi baik. *Electronic word of mouth* yang dilakukan cafe Sintesis *coffee* sudah baik.

Pelanggan cafe Sintesis *coffee* di Kabupaten Karawang setuju untuk melakukan pembelian produk-produk kulinernya.

Terdapat korelasi antara variabel bebas Kualitas Layanan (X_1) dan *Electronic Word of Mouth* (X_2) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,683 dan mempunyai tingkat hubungan yang kuat karena nilainya positif.

Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *Electronic Word Of Mouth* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh simultan Kualitas Layanan (X_1) dan *Electronic Word of Mouth* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,659, hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan *Electronic Word Of Mouth* memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 65,9% sedangkan sisanya $100-65,9 = 34,1\%$ yang merupakan kontribusi dari variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti pada penelitian ini.

SARAN

Disarankan penampilan pegawai cafe Sintesis *coffee* untuk selalu diperhatikan dan menjaga standar penampilan yang baik, karena pada indikator ini memiliki nilai terendah dari pelanggan. Disarankan cafe Sintesis *coffee* untuk lebih memperhatikan nama baik perusahaan agar pelanggan merasa puas dan menuliskan ulasan positif di media sosial mengenai produk yang dibelinya, karena pada indikator ini memiliki nilai terendah dari pelanggan. Disarankan cafe Sintesis *coffee* agar produk-produk kulinernya selalu tersedia secara lengkap agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena pada indikator ini memiliki nilai terendah dari pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel yang lain yang belum diteliti tetapi diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan cafe Sintesis *coffee* dikarenakan masih ada nilai variabel lain yang ditemui pada penelitian ini sebesar 34,1%. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti objek dan lokus penelitian yang berbeda terutama pada bidang bisnis kuliner, sehingga pembahasannya dapat lebih baik dan luas mengenai objek dan lokus tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2019). Coffee Shop dan Roastery Kota Pontianak. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*, 7(1), 406–421.
- Listyari, N.P.W. 2006. Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Coffee shop De Koffie Pot, Bogor. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik). *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.
- Santosa, A. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung)*. 18(2), 143–158.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.