

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PELAYANAN PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN COFFEE SHOP**

(Studi Kasus Hore Coffee Malang)

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi*



Oleh:

ISNA AUGUSTA GUNAFRIAN
K.2015.1.33154

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANG KUCECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2020

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP (STUDI KASUS HORE COFFEE
MALANG)

Oleh :

ISNA AUGUSTA GUNAFRIAN

K.2015.1.33154

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal

21 Pebruari 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dra. SHERLY HESTI ERAWATI, MM



Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçewara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 09 Februari 2020...

Mahasiswa



Isna Augusta G

NPK: K.2015.1.33.15A



Hore Coffee Shop
Jl. Bandung no 32. Malang
Malang, Jawa Timur 65141

Malang, 1 Februari 2020

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sigit Tri

Jabatan : Owner Hore Coffee

Menerangkan bahwa,

Nama : Isna Augusta Gunafrian

NPK : K.2015.1.33154

Jurusan : Management

Universitas : STIE Malangkucecwara

Judul Skripsi : “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP
(STUDI KASUS HORE COFFEE MALANG) “.

Mahasiswa tersebut diatas, benar benar telah melaksanakan penelitian di Hore Coffee
Malang (Jl. Bandung no.32 Malang).

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya, dan digunakan untuk seperlunya.

Malang, 1 Februari 2020

Owner,


Sigit Tri

ABSTRAK

Oleh:

Isna Augusta Gunafrian

JUDUL : PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN OEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP (STUDI KASUS HORE COFFEE MALANG).

Dengan semakin banyaknya coffee shop yang bermunculan dapat menimbulkan persaingan dalam industri kopi semakin ketat. Melihat situasi seperti ini pelaku bisnis coffee shop dituntut untuk membuat strategi yang unggul. Salah satu hal utama yang harus di lakukan untuk meraih keunggulan bersaing tersebut adalah fokus terhadap peningkatan keputusan pembelian dari konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut kegiatan Digital marketing dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat di perlukan. Adapun faktor dari digital marketing dan kualitas pelayanan antara lain : Media sosial, hubungan konsumen, hubungan masyarakat online sebagai variabel dari digital marketing , serta tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy sebagai variabel kualitas pelayanan. Populasi dari penelitian ini meliputi customer dari hore coffee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 83 responden dengan menggunakan accidental sampling.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop (Studi kasus Hore Coffee) maka dapat ditarik hasil sebagai berikut : Media Sosial, Responsiveness dan Assurance ternyata

merupakan variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di hore coffee. Sedangkan Hubungan Konsumen , Hubungan Masyarakat Online, Tangibles, Reliability dan Emphaty ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Hore coffee. Secara keseluruhan semua variabel dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Hore coffee,dan variabel media sosial merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Hore Coffee.

Kata Kunci : *Pengaruh, Digital Marketing, Kualitas Pelayanan,Keputusan Pembelian Konsumen.*

ABSTRACT

By:

Isna Augusta Gunafrian

TITLE: THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND SERVICE QUALITY IN OEM DECISION MAKING OF COFFEE SHOP CONSUMERS (CASE STUDY OF HORE COFFEE MALANG)

With the increasing number of coffee shops that have sprung up, competition in the coffee industry can be tighter. Seeing a situation like this, coffee shop business people are required to create superior strategies. One of the main things that must be done to achieve competitive advantage is to focus on increasing consumer purchasing decisions. To achieve these objectives Digital marketing activities and service quality are very necessary. The factors of digital marketing and service quality include: Social media, consumer relations, online community relations as variables of digital marketing, and tangibles, reliability, respectiveness, assurance, empathy as service quality variables. The population of this study includes customers of hooray coffee. The samples used in this study were 83 respondents using accidental sampling.

Based on the results of research and data analysis on the Effect of Digital Marketing and Service Quality on Coffee Shop Consumer Decision Making (Hore Coffee case studies), the following results can be drawn: Social Media, Responsiveness and

Assurance are the variables that significantly influence consumer purchasing decisions in hooray coffee. Whereas Consumer Relations, Public Relations Online, Tangibles, Reliability and Emphaty apparently did not significantly influence consumer purchasing decisions in Hooray coffee. Overall all variables can influence consumer purchasing decisions at Hooray Coffee, and social media variables are the dominant variables in influencing consumer purchasing decisions at Hooray Coffee.

Keywords: Influence, Digital Marketing, Service Quality, Consumer Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah,Swt Maha Pencipta, dan Maha Pemelihara seluruh alam semesta, atas Rahman dan Rahim-Nya, Taufik serta Hidayah-Nya peneliti telah dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam bentuk Skripsi dengan judul: “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP (STUDI KASUS HORE COFFEE MALANG)” untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.Penulisan skripsi ini telah dapat terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dra. Sherly Hesti Erawati, MM, selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dra. Lindananti, MM, Ketua Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
3. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D, Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
4. Bapak ibu para dosen S-1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
5. Bapak Sigit Tri, owner Hore Coffee.

6. Junaldo Rizky Mirza S.E , Manager Operasional Hore Coffee.
7. Sukanto, S.Pd dan Hargiati, sebagai orang tua penulis.
8. Rajulu Fausan , Brigita Rizky , serta teman temanku mahasiswa program manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara Malang.

Peneliti menyadari banyak keterbatasan dari sisi waktu, tenaga, biaya, pengalaman, dan kemampuan saya dalam membuat laporan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan masukan kritik dan saran yang positif untuk memperbaiki skripsi penelitian skripsi ini. Semoga Allah,Swt. senantiasa memberikan taufik dan hidayah kepada kita semua.

Malang,10 februari 2020

Penulis,

Isna Augusta Gunafrian

K.2015.1.33154

Daftar isi

Lembar Judul.....	I
Lembar Pengesahan.....	II
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	III
Bukti Penelitian.....	IV
Halaman Riwayat Hidup.....	V
Abstrak.....	VI
Kata Pengantar.....	VIII
Daftar Tabel.....	XIII
Daftar Gambar.....	XIV
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan dan manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Ketentuan Umum Digital Marketing ...	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Digital Marketing menurut para ahli ...	Error! Bookmark not defined.
2.2 Ketentuan Umum Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Membangun Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Karakteristik Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Tujuan Kualitas Pelayan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.

2.3.1	Pengertian keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Proses Pengambilan Keputusan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Indikator Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.5	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
	Bookmark not defined.	
2.5.1	Faktor budaya	Error! Bookmark not defined.
2.5.2	Faktor Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.5.3	Faktor Pribadi	Error! Bookmark not defined.
2.5.4	Faktor Psikologis	Error! Bookmark not defined.
2.6	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.8	Model Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.9	Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Variabel Bebas (Independent Variabel)	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>).....	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
3.3	Populasi dan Penentuan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Uji Persyaratan Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.

3.6.2	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Regresi Linier Parsial.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Regresi Linier Simultan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....		Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Distribusi Frekuensi Variabel Digital Marketing (X1) dan Kualitas pelayanan(X2).....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedasitas	Error! Bookmark not defined.
4.5	Hasil Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Hasil Uji Regresi linear Parsial	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Hasil Regresi Linear Simultan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Hasil Uji Dominan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran-Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka		Error! Bookmark not defined.

Lampiran	XV
.....	XVII
.....	XVIII

Daftar Tabel

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	Halaman 21
Tabel 3.1	Konsep, Variabel, Item Penelitian	32
Tabel 3.2	Interpretasi Reliabilitas Konsumen	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel X	50
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Y	52
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel	53
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.9	Hasil Uji t	60
Tabel 4.10	Hasil Uji F	65

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	21
Gambar 2.2	Kerangka pikir	28
Gambar 2.3	Model Konseptual	29
Gambar 2.4	Hipotesis Penelitian	30
Gambar 4.1	Hasil uji Normalitas	56
Gambar 4.2	Histogram Dependent Y	57
Gambar 4.3	Scatterplot dependent Y	59

Lampiran

Lampiran 1 . Kartu Bimbingan Skripsi



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PTI/Akred/S/II/2018
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PTI/Akred/S/II/2018

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2019/2020

Nomor : 1103/BAAK/X/2019

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçęwara Malang menetapkan :

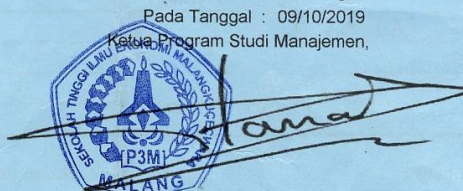
Nama : Dra. SHERLY HESTI ERAWATI, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : -
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : ISNA AUGUSTA GUNAFRIAN
Nomor Pokok : K.2015.1.33154
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : MARKETING
Tempat/Obyek : -
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 09/10/2019
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkuçęwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB.I s.d BAB. III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : Oktober			
Oktober 14 Oktober 2019	1	Permasalahan Judul dan kerangka pemikiran teoritis	
Oktober 21-10-2019	1	Acc Bab I	
Bulan : Oktober			
Oktober 24-10-2019	2	Diskusi Bab II	
Bulan : November			
November 1-11-2019	2	Acc Bab II	
Bulan : November			
November 4-11-2019	3	Diskusi Bab III	
Bulan : November			
November 15-11-2019	3	Acc Bab III	

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

6. Ide/inovasi penelitian
7. Pemahaman konsep/teori
8. Pemahaman Metodologi
9. Kemampuan Analisis
10. Rutinitas Pembimbingan



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/SX/II/2018
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/SX/II/2018

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GASAL Tahun Akademik 2019/2020

Nomor : 1103/BAAK/X/2019

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçwara Malang menetapkan :

Nama : Dra. SHERLY HESTI ERAWATI, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : -
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : ISNA AUGUSTA GUNAFRIAN
Nomor Pokok : K.2015.1.33154
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : MARKETING
Tempat/Obyek : HORE COFFEE MALANG

Judul Skripsi : PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP (STUDI KASUS HORE COFFEE MALANG)

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 03/02/2020
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkuççwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB IV s.d. BAB V

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : Januari			
Januari / 31	IV	Diskusikan Bab IV IV dan V	
Bulan : Februari			
Februari / 3	IV & V	Diskusikan Bab IV dan V	
13/2	1-5	devis	
12/02	1-5	Apa itu per bakul - pergetik & daftar mutlak	
Bulan :			
Bulan :			
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Shanty H. Grawati

- Catatan:**
Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kreteria penilaian:
6. Ide/inovasi penelitian
 7. Pemahaman konsep/teori
 8. Pemahaman Metodologi
 9. Kemampuan Analisis
 10. Rutinitas Pembimbingan

KUESIONER

Data Responden

1. Umur :
 21-30 tahun 31-40 tahun 41-50 tahun > 50 tahun

2. Jenis Kelamin :
 Laki-Laki Perempuan

3. Pendidikan terakhir :
 SMP SMA S1
Lainnya: __

4. Pekerjaan :
 Pegawai negeri Pegawai swasta Wiraswasta
Lainnya: __

Petunjuk Pengisian

- Berilah tanda centang (√) pada kotak yang tersedia untuk masing-masing jawaban pernyataan kuesioner.
- Tiap pertanyaan hanya diperbolehkan ada satu jawaban.
- Skala yang digunakan dalam menjawab pernyataan adalah sebagai berikut:

STS	TS	N	S	SS
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

A. Media Sosial (*Social Media*) - (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Foto atau Konten yang ditampilkan Hore Coffee					

	di Media Sosial cukup menarik					
2	Media Sosial Hore Coffee memungkinkan customer berinteraksi dengan penjual					
3	Customer mendapatkan informasi dari produk – produk Hore Coffee di media sosial					

B. Manajemen Hubungan Konsumen - (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4	Hore Coffee memberikan sebuah kemudahan dalam proses pembayaran (Kartu debit, Kartu kredit, Go pay, OVO)					
5	Hore Coffee memberikan informasi yang tepat dan lengkap tentang produk yang dijual					
6	Hore Coffee menerima kritik dan saran dari pelanggan dengan baik					

C. Hubungan Masyarakat Online - (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
7	Hore Coffee Memiliki kesan positif dari pemberitaan perusahaan media Online.					
8	Memiliki kesan positif dari ulasan pelanggan yang ditulis pada sebuah blog.					
9	Hore Coffee memiliki Website yang memberikan informasi tentang perusahaan					

D. Bukti Fisik (Tangibles) - (X4)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
10	Hore Coffee Memiliki letak lokasi yang strategis					
11	Hore Coffee memiliki ruangan yang bersih dan menarik					
12	Hore Coffee memiliki peralatan yang berkualitas					

E. Keandalan (*Reliability*) - (X5)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
13	Kesesuaian Hore Coffee dalam pelaksanaan pelayanan sesuai seperti yang dijanjikan.					
14	Keandalan dalam meracik kopi oleh karyawan Hore Coffee .					
15	Keahlian karyawan hore coffee dalam menangani keluhan					

F. Daya Tanggap (*Responsiveness*) - (X6)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16	Para karyawan Hore Coffe selalu bersedia meluangkan waktu untuk membantu konsumen					
17	Para karyawan selalu tanggap dan tepat dalam menangani keluhan konsumen					
18	Efisiensi waktu yang di berikan karyawan Hore Coffee saat meracik kopi					

G. Jaminan (*Assurance*) - (X7)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16	Karyawan Hore Coffee terlatih dan memiliki kemampuan dalam meracik kopi					
17	Adanya jaminan kebersihan dari Hore Coffee atas Produk yang mereka suguhkan					
18	Perasaan aman dan nyaman selama berhubungan dengan karyawan Hore Coffee					

H. Empati (*Emphaty*) - (X8)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16	Keinginan Pelanggan sangat diperhatikan oleh pihak Hore Coffee					
17	Pelayanan dari Hore Coffee yang sopan dan ramah					
18	Komunikasi antara karyawan dengan Pelanggan terjalin baik					

I. Keputusan Pembelian - (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16	Pelanggan membeli Produk karena mendapatkan informasi dari media sosial					
17	Pelanggan membeli Produk di karenakan harga yang terjangkau					
18	Pelanggan membeli produk karena lokasi yang strategis					

~ Terima Kasih ~

Lampiran 3 . Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	
X1	Pearson Correlation	1	.443**	.253*	.207	.151	.187	.135	.300**	.532**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.061	.172	.091	.222	.006	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X2	Pearson Correlation	.443**	1	.198	.252*	.244*	.302**	.406**	.446**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000		.072	.021	.026	.006	.000	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X3	Pearson Correlation	.253*	.198	1	.072	.070	.351**	.224*	.309**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.021	.072		.518	.529	.001	.042	.004	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X4	Pearson Correlation	.207	.252*	.072	1	.674**	.340**	.355**	.329**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.061	.021	.518		.000	.002	.001	.002	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X5	Pearson Correlation	.151	.244*	.070	.674**	1	.408**	.334**	.330**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.172	.026	.529	.000		.000	.002	.002	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X6	Pearson Correlation	.187	.302**	.351**	.340**	.408**	1	.342**	.374**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.091	.006	.001	.002	.000		.002	.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
X7	Pearson Correlation	.135	.406**	.224*	.355**	.334**	.342**	1	.366**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.222	.000	.042	.001	.002	.002		.001	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83

	Pearson Correlation	.300**	.446**	.309**	.329**	.330**	.374**	.366**	1	.687**
X8	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.004	.002	.002	.000	.001		.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
	Pearson Correlation	.532**	.644**	.512**	.662**	.663**	.662**	.613**	.687**	1
Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	8

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	85.40	33.633	.371	.760
X2	85.51	31.985	.511	.738
X3	86.67	33.100	.313	.775
X4	84.87	30.775	.513	.736
X5	85.40	30.316	.503	.738
X6	85.45	31.665	.532	.734
X7	85.10	33.210	.490	.743
X8	84.92	31.151	.562	.729

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.306	2.728		-.479	.634		
X1	.403	.160	.289	2.516	.014	.749	1.334
X2	-.073	.178	-.051	-.410	.683	.627	1.594
X3	.027	.132	.023	.205	.838	.790	1.266
1 X4	-.057	.174	-.046	-.329	.743	.513	1.951
X5	-.072	.166	-.061	-.431	.668	.500	2.000
X6	.342	.169	.242	2.016	.047	.683	1.465
X7	.418	.189	.262	2.216	.030	.707	1.414
X8	.070	.169	.050	.413	.681	.668	1.498

a. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	.269	.190	1.544	1.977

a. Predictors: (Constant), X8, X1, X5, X3, X7, X6, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.306	2.728		-.479	.634		
X1	.403	.160	.289	2.516	.014	.749	1.334
X2	-.073	.178	-.051	-.410	.683	.627	1.594
X3	.027	.132	.023	.205	.838	.790	1.266
X4	-.057	.174	-.046	-.329	.743	.513	1.951
X5	-.072	.166	-.061	-.431	.668	.500	2.000
X6	.342	.169	.242	2.016	.047	.683	1.465
X7	.418	.189	.262	2.216	.030	.707	1.414
X8	.070	.169	.050	.413	.681	.668	1.498

a. Dependent Variable: Y

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.019	8	8.127	3.408	.002 ^b
	Residual	176.451	74	2.384		
	Total	241.470	82			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X8, X1, X5, X3, X7, X6, X2, X4

Lampiran 6. Tabulasi data Kuisisioner

No	Media Sosial			Hubungan Konsumen			Hubungan Masyarakat Online			Tagibles			Reliability			Responsiveness			Assurance			Empathy			Keputusan Pembelian			Total								
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Y	Y	Y									
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3									
1	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	0	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	1				
2	4	4	3	1	4	5	5	4	4	3	3	0	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	
3	5	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	0	5	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	
4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	1	5	4	4	3	4	3	4	1	4	4	5	3	4	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	1
5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3	3	0	4	5	4	3	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	2	4	5	4	3	4	5	5	4
6	4	4	5	3	4	5	5	4	4	3	3	0	5	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	1
7	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	0	4	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	1
8	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	0	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2
9	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	2	0	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	4	3
10	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	0	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2
11	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	2	0	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3	5	4	2

2	9	4	4	4	1	2	4	3	4	1	4	3	3	0	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	4	4	4	1	2	4	4	4	1	2	4	5	4	1	3	4	4	1	4	3	3	0
3	0	4	4	4	1	2	4	4	4	1	4	4	3	1	2	4	5	1	4	4	4	1	2	4	4	4	1	2	4	4	4	1	3	4	4	1	3	4	4	1	4	3	2	9					
3	1	4	4	4	1	2	4	3	4	1	4	3	3	0	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	4	4	4	1	2	4	4	4	1	2	4	4	4	2	4	5	4	3	4	3	0	
3	2	4	4	4	1	2	5	4	4	1	4	4	3	4	4	2	0	4	4	4	1	2	4	4	4	1	2	4	4	3	1	4	4	5	3	4	4	4	2	3	4	4	1	3	4	4	1		
3	3	4	4	4	1	2	4	5	4	1	4	5	4	3	5	4	2	1	5	4	4	1	3	4	4	4	1	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	1	4	4	4	2	
3	4	5	5	4	1	4	5	4	4	1	4	3	3	4	2	9	5	5	3	1	3	4	3	4	1	4	4	3	1	4	5	5	4	4	5	4	1	4	5	4	3	5	5	5	5	5			
3	5	5	5	4	1	4	5	4	4	1	4	3	4	2	0	5	5	3	1	3	4	3	4	1	4	4	3	1	4	5	5	4	4	5	4	1	4	5	4	3	5	5	5	5	5				
3	6	4	4	4	1	2	4	3	4	1	4	3	3	0	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	4	4	4	2	4	4	4	1	2	4	4	4	2	4	5	4	3	4	3	0		
3	7	4	3	4	1	4	3	4	1	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	1	2	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4	4	1	3	5	4	4	1	3	5	4	2		
3	8	4	3	4	1	4	4	4	2	3	4	5	2	4	4	4	2	4	5	4	3	3	4	5	2	4	4	4	2	3	5	5	3	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3					
3	9	4	4	4	1	2	4	4	3	1	4	4	3	1	4	4	3	1	3	3	4	0	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2			
4	0	5	4	5	4	5	3	4	2	5	5	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5				
4	1	4	3	4	1	3	5	5	3	3	4	2	9	5	4	3	2	3	4	3	0	4	3	4	1	4	5	4	3	5	4	3	2	3	5	5	4	3	2	3	5	5	3	5	3				
4	2	4	4	4	1	2	4	4	4	2	3	3	3	9	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	2
4	3	4	3	4	1	4	3	4	1	4	4	2	0	3	4	5	2	3	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	1	4	4	4	2	3	4	4	1	4	4	3	1
4	4	4	4	5	3	4	3	4	1	4	4	2	0	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	1	5	4	4	4	1	5	4	4	3			
4	5	4	4	4	1	2	4	4	4	2	3	3	3	9	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	1	2	4	4	4	2	4	4	4	2				

