

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Okula Tulungagung” ini ditulis oleh Binti Mahnin, NIM 126405202093, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Lativa Hartiningtyas. M.Pd. Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pesaing bisnis kuliner, sehingga menyebabkan persaingan dalam bisnis kuliner semakin ketat dan menuntut para pelaku usaha kuliner untuk berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam persaingan yang semakin ketat dibutuhkan strategi-strategi yang inovatif sehingga mampu mempertahankan dan mengembangkan serta dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha kuliner.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1) adakah pengaruh secara positif dan signifikan *electronic word of mouth* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula? 2) adakah pengaruh secara positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula? 3) adakah pengaruh secara positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula? 4) adakah pengaruh secara positif dan signifikan *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula?.

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan skala yang digunakan skala likert. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan Teknik pengambilan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner. Penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *electronic word of mouth* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula. 2) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula. 3) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *store atmosphere* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula. 4) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap Keputusan pembelian pada kedai kopi Okula.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "The Influence of Electronic Word of Mouth, Service Quality and Store Atmosphere on Consumer Purchasing Decisions at the Okula Tulungagung Coffee Shop" was written by Binti Mahnin, NIM 126405202093, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali State Islamic University Rahmatullah Tulungagung, Advisor to Lativa Hartiningtyas. M.Pd. The background to writing this thesis is the large number of competitors in the culinary business, causing competition in the culinary business to become increasingly fierce and requiring culinary business actors to compete to be the best in meeting consumer needs. In increasingly fierce competition, innovative strategies are needed so that they can maintain and expand and increase sales and profits of culinary businesses.*

*The formulation of the problem in this research is: 1) Is there a positive and significant influence of electronic word of mouth on purchasing decisions at the Okula coffee shop? 2) Is there a positive and significant influence on service quality on purchasing decisions at the Okula coffee shop? 3) Is there a positive and significant influence of the store atmosphere on purchasing decisions at the Okula coffee shop? 4) Is there a positive and significant influence of electronic word of mouth, service quality and store atmosphere on purchasing decisions at the Okula coffee shop?*

*This research method uses a quantitative approach with an associative type. The sampling technique uses a non-probability sampling technique with a Likert scale. The data sources used in this research are primary data and secondary data. The sample in this research consisted of 100 respondents. The data collection technique in this research was through distributing questionnaires. The research uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, F tests, T tests and coefficient of determination tests.*

*The results of this research are as follows: 1) There is a positive and significant influence of electronic word of mouth on purchasing decisions at the Okula coffee shop. 2) There is a positive and significant influence on service quality on purchasing decisions at the Okula coffee shop. 3) there is a positive and significant influence of the store atmosphere on purchasing decisions at the Okula coffee shop. 4) There is a positive and significant influence of electronic word of mouth, service quality and store atmosphere on purchasing decisions at the Okula coffee shop.*

*Keywords: Electronic Word of Mouth, Service Quality, Store Atmosphere, Purchasing Decisions*