

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI URBAN WAGYU STEAK HOUSE SURABAYA

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga**



**Oleh:
TRIZHA HEBBY VERNANDA
202022010002**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS DR. SOETOMO
SURABAYA
2022**

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI URBAN WAGYU STEAK HOUSE SURABAYA**

Oleh:

**TRIZHA HEBBY VERNANDA
202022010002**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS DR. SOETOMO
SURABAYA
2022**

**Menyetujui
Pembimbing,**

**Liling Listyawati,S. Sos,MM.
NIDN : 0711107101**

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI URBAN WAGYU STEAK HOUSE SURABAYA

Disusun Oleh:

TRIZHA HEBBY VERNANDA

202022010002

Telah dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Pada Tanggal 13 Februari 2022 dan dinyatakan Telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Penguji I : Liling Listyawati, S. Sos, MM

Penguji II :

Penguji III :

Surabaya, Februari 2022

**Universitas Dr. Soetomo
Fakultas Ilmu Administrasi
Dekan,**

**Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M. Pd.
NIP. 195211121981032001**

PERNYATAAN ORIGINALITAS 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 PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang–undangan yang berlaku.

Surabaya, 13 Februari 2022

Mahasiswa,

Trizha Hebby Vernanda

202022010002

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Dr. Soetomo

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Customer Engagement* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Di Urban Wagyu Steak House Surabaya". Maksud dan tujuan peneliti dalam skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

Tanpa dukungan, sumbangan pemikiran, bantuan, dan kemudahan dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Siti Marwiyah, SH, MH, selaku Rektor Universitas Dr. Soetomo Surabaya, yang telah memberikan kesempatan dan persetujuan kepada peneliti untuk mengikuti program studi Ilmu Administrasi Niaga.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan berbagai fasilitas kepada peneliti dalam mengikuti program studi Ilmu Administrasi Niaga.
3. Ibu Liling Listyawati, S. Sos, MM selaku Ketua Program Studi dan juga sebagai Dosen Pembimbing, yang telah sabar memberikan bimbingan, waktu, dan perhatian sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Para Dosen Penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.

6. Keluarga yang senantiasa mendukung, mengarahkan, dan mendoakan.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk bekerjasama dalam mengisi kuesioner penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dan mendapat balasan dari Allah SWT sebagai amal baik. Terima kasih.

Surabaya, Februari 2022

Peneliti

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur peneliti sampaikan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik, hidayah, inayah dan ridho-Nya, maka peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Engagement* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya”. Maksud dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh

Customer Engagement dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya dari para pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian atau sebagai pelanggan di Urban Wagyu Steak House Surabaya pada bulan Januari 2021 sampai Desember 2021. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian karya ilmiah ini adalah: (i) Untuk mengetahui pengaruh *Customer Engagement* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara simultan atau bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya. (ii) Untuk mengetahui pengaruh *Customer Engagement* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya. (iii) Untuk mengetahui di antara *Customer Engagement* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya.

Sesuai dengan tujuan penelitian tersebut, maka teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan: (i) Definisi *Customer Engagement* oleh Nugraheni (2012) dan indikator *Customer Engagement* oleh Brodie (2013) dan Helson et al. (2012). (ii) Definisi *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* oleh Syafaruddin et al. (2016) dan indikator *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* oleh Goyette et al (2010). (iii) Definisi Keputusan Pembelian oleh Suharno (2014) dan indikator Keputusan Pembelian oleh Cysara (2015). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisa regresi linier berganda dengan variabel independen yaitu *Customer Engagement dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya.

Hasil yang didapatkan adalah: (i) *Customer Engagement* dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya, (ii) *Customer Engagement* dan *Electronic Word Of Mouth*

(*E-WOM*) secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya, (iii) *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian di Urban Wagyu Steak House Surabaya dengan pengaruh parsial sebesar 48,0%.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada beberapa kekurangan, karenanya kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan guna menjadi bahan perbaikan. Sekian dan terima kasih.

Peneliti