

**PENGARUH *E-WOM* DAN KESADARAN MEREK TERHADAP CITRA MEREK  
DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK IPHONE DARI BRAND APPLE**

***THE EFFECT OF E-WOM AND BRAND AWARENESS ON BRAND IMAGE AND  
CONSUMER BUYING INTEREST IN IPHONE PRODUCTS FROM THE APPLE  
BRAND***

**SKRIPSI**



Oleh:

CHINTYA PRATAMA PUTRI

20180410023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Chintya Pratama Putri

NIM : 20180410023

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *E-WOM* DAN KESADARAN MEREK TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK IPHONE DARI BRAND APPLE**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Mei 2022



Chintya Pratama Putri

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Darmawansyah dan Ibunda Masita Triana serta adik Athallah Dwi Putra karena tidak lelah memberikan dukungang dan do'a yang penuh keikhlasan sehingga penulisa dapat mencapai penyelesaian skripsi ini.
2. Semua angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan masukan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Salisa Fauziah dan Linda Rizkiana sebagai teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Agung Angkasa, S.H. sebagai teman dekat penulis yang tidak lelah dalam memberikan dukungan dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi.
5. Semua pihak yang telah berpartisipasi baik langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Chintya Pratama Putri

## KATA PENGANTAR

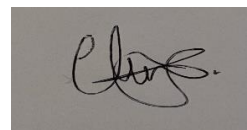
Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan Tugas Akhir ini dengan judul Pengaruh E-WOM dan Kesadaran Merek terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada produk Iphone dari Brand Apple (Studi Persepsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis meneliti problematika ini dengan penuh harapan dapat berpartisipasi mengenai pengaruh E-WOM dan Kesadaran Merek terhadap Citra Merek dan Minat Beli.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan semua pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Profesor Dr.Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Profesor Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. sebagai Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D sebagai dosen pembimbing peneliti yang membantu mengarahkan sampai menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Semua dosen maupun civitas akademika dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bantuan memenuhi kebutuhan akademik maupun administratif penulis.

Yogyakarta, 19 Mei 2022



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	3
3. Tujuan Penelitian .....	3
4. Mamfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
1. Landasan Teori.....	5
1.1. E-WOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ).....	5
1.2. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	6
1.3. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	7

1.4. Minat Beli Konsumen .....	8
2. Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
3. Hipotesis.....	14
4. Model Penelitian .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
1. Pendekatan Penelitian .....	19
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	19
3. Teknik Pengumpulan Data.....	19
4. Populasi dan Teknik Sampling.....	19
5. Definisi Operasional.....	21
6. Uji Kualitas Instrument.....	22
7. Teknik Analisis Data.....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	26
1.1. Gambaran Objek Penelitian .....	26
1.2. Subjek Penelitian.....	26
1.3. Karakteristik Responden .....	27
1.4. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	29
1.5. Hasil Data Statistik.....	31
1.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	33
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
1. Simpulan .....	53
2. Keterbatasan.....	53
3. Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
3.1. Definisi Operasional dan Indikator Variable Penelitian .....	21
3.2. Definisi Operasional Alat Pengukuran Data .....	22
3.3. Standar Uji Kelayakan Model .....	25
4.1. Jenis Kelamin Responden .....	27
4.2 Usia Responden.....	27
4.3. Fakultas Responden .....	28
4.4. Hasil Uji Validitas.....	29
4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	30
4.6. Statistik Deskriptif .....	30
4.7. Statistik Deskriptif Variable <i>E-WOM</i> .....	31
4.8. Statistik Deskriptif Variable Kesadaran Merek .....	31
4.9. Statistik Deskriptif Variable Citra Merek .....	32
4.10. Statistik Deskriptif Variable Minat Beli .....	32
4.11. Hasil Uji Normalitas .....	35
4.12. Hasil Pengujian Outliers.....	37
4.13. <i>Degree of Freedom</i> .....	42
4.14. Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	43
4.15. Hubungan Antar Variable .....	44
4.16. <i>Standardized Direct Effect</i> .....	46
4.17. <i>Standardized Indirect Effect</i> .....	47

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian .....	17
4.1. Diagram Jalur .....	33
4.2. Persamaan Struktur .....	34
4.3. Identifikasi Outliers.....	36
4.4. Kriteria <i>Goodness of fit</i> .....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian .....	57
2. Karakteristik Responden .....	61
3. Statistik Deskripsif .....	62
4. Model Penelitian .....	63
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	64
6. <i>Degree of Freedom</i> .....	66
7. Uji Normalitas Data .....	67
8. Outliers Data .....	68
9. Uji Hipotesis.....	73
10. <i>Goodness of Fit</i> .....	76
11. Hail Turnitin.....	77