

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA *SMARTPHONE* OPPO**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH OF
BRAND IMAGE AND PURCHASE INTENTION ON OPPO
SMARTPHONE***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

HAPPY SHOLIHAT

20170410191

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Happy Sholihat

NIM : 20170410191

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *ELECTRONICK WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA *SMARTPHONE OPPO*”**. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut 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 dibatalkan

Yogyakarta, 27 Januari 2021



Happy Sholihat

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

Papa dan Mama tercinta

Abang dan Kakakku tersayang

Teman-teman seperjuangan

Yang telah memberikan semangat, do'a dan kasih sayang

yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat sehingga dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek dan Niat Beli Pada *Smartphone* Oppo”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini , penulis banyak memperoleh dukungan, motivasi dan bimbingan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dan bimbingan selama menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan kemudahan selama menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE. MM selaku dosen seminar proposal dan penguji yang telah memberikan banyak arahan dan memberikan masukan, koreksi agar skripsi ini menjadi lebih baik.

5. Ibu Indah Fatmawati, SE, M.Si selaku dosen metodologi penelitian dan ketua penguji yang telah meluangkan waktunya dan banyak memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Papa dan Mama serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukunan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan karya ilmiah, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari susunan serta tata cara penulisan karya ilmiah ini, oleh karenanya kritik, saran dan pengembangan karya ilmiah selanjutnya sangat diperlukan

Yogyakarta, 27 Januari 2021



Happy Sholihat

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Niat Beli.....	10
2. <i>Elektronik Word of Mouth (e-WOM)</i>	10
3. Citra Merek.....	12
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
C. Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Citra Merek.....	20
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli	21
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	21
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat beli Melalui Citra Merek.....	22
D. Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Objek dan Subjek penelitian.....	25
1. Objek Penelitian	25

2. Subjek Penelitian	25
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
C. Jenis Data	26
D. Teknik pengumpulan data	26
E. Definisi Operasional.....	27
1. <i>Electronic Word of mouth</i>	27
2. Citra Merek.....	28
3. Niat Beli	28
F. Uji Kualitas Instrumen	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	29
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	29
1. Analisis Deskriptif	30
2. Asumsi Pada Model Regresi	30
3. Analisis Regresi linear Sederhana	31
4. Analisis Regresi Linear Berganda	31
5. Koefisien Determinasi	32
Uji Hipotesis	33
1. Uji t	33
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	33
3. Uji Sobel	34
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian	36
1. Gambaran umum Objek Penelitian/Subjek Penelitian	36
2. Karakteristik Responden	37
B. Uji Kualitas Instrumen	41
1. Uji Kualitas Instrumen	41
2. Asumsi Pada Model Regresi	44
3. Analisis data	46
4. Uji Hipotesis	49
C. Hasil Penelitian.....	55

1. Hipotesis Pertama.....	55
2. Hipotesis Kedua.....	56
3. Hipotesis Ketiga.....	56
4. Hipotesis Keempat.....	56
D. Diskusi dan Pembahasan.....	58
1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Citra Merek Pada <i>Smartphone Oppo</i>	58
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Niat Beli Pada <i>Smartphone Oppo</i>	59
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada <i>Smartphone Oppo</i> . 60	
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Niat Beli Melalui Citra Merek Pada <i>Smartphone Oppo</i>	61
BAB V.....	63
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	63
A. Simpulan.....	63
B. Keterbatasan Penelitian.....	63
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Merek Smartphone di Indonesia pada Tahun 2020	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Citra Merek	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Niat Beli	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Persamaan 1)	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Persamaan 2)	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Persamaan1)	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji T (Persamaan 2)	50
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Jalur (Persamaan 1)	52
Tabel 4. 19 Hasil Nilai R Square (Persamaan 1)	52
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Jalur (Persamaan 2)	53
Tabel 4. 21 Hasil Nilai R Square (Persamaan 2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan Smartphone di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	23
Gambar 4. 1 Model Analisis Regresi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Data Responden	74
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	77
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	86
Lampiran 5 Hasil Uji Persyaratan Analisis.....	91
Lampiran 6 Hasil Analisis Data.....	93
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	94
Lampiran 8 Turnitin.....	97