

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND
PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE AND
PURCHASING DECISIONS***

(Study on Samsung Smartphone Users in D.I Yogyakarta)



Disusun Oleh:

Ervin Setyanandika

NIM. 20200410497

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

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND
PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE AND
PURCHASING DECISIONS***

(Study on Samsung Smartphone Users in D.I Yogyakarta)

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



Disusun Oleh:

Ervin Setyanandika

NIM. 20200410497

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

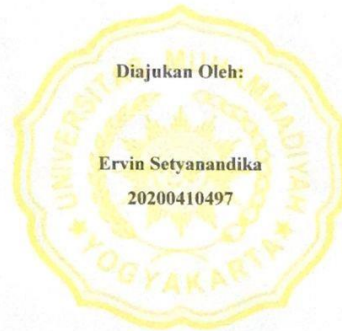
SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI KUALITAS
PRODUK TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PERCEPTION
OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE AND PURCHASING
DECISIONS*

(Study on Samsung Smartphone Users in D.I Yogyakarta)



Telah disetujui:
Pembimbing



Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D.

Tanggal, 13 Maret 2024

NIK. 196304071991032001

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PERCEPTION OF
PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISIONS*

(*Study on Samsung Smartphone Users in D.I Yogyakarta*)

Diajukan oleh:

Ervin Setyanandika

20200410497

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 27 Maret 2024

Yang terdiri dari
Ketua Tim Penguji

Dr. Indah Faimawati, S.E., M.Si.
NIK: 19690816199303143029

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji

Retno Widowati PA., S.E., M.Si., Ph.D.
NIK: 196304071991032001

Radyan Dananjoyo, S.E., MM., M.Sc., Ph.D.
NIK: 19790219202004143122

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Rr. Sri Handani W., SE., M.Si.
NIK: 19710410199409143038

HALAMAN PERNYATAAN

iv

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ervin Setyanandika

Nomor Mahasiswa : 20200410497

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul "**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta)**" tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh 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 dibatalkan.

Yogyakarta, 13 Maret 2024



Ervin Setyanandika

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu akan datang kemudahan, maka apabila kamu telah selesai urusanmu kerjakanlah dengan sungguh-sungguh yang lainnya dan kepada Tuhanmu hendaknya kamu limpahkan segala harapan”

(QS. Al-Insyiroh: 6-8)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah mudahkan jalan baginya menuju surga”

(H.R. Muslim dan Tirmidzi)

“Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya”

(Q.S At-Talaq: 4)

“Jika anda tidak bisa membuatnya baik, setidaknya buatlah terlihat baik”

(Bill Gates)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, dengantelah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Kepada Papah Misbah dan Mamah Erna Sriherlina yang selalu membuat peneliti termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, tidak henti hentinya mendoakan, selalu menasehati menjadi lebih baik. Terima kasih mamah dan terima kasih papah atas semua dedikasi yang telah kalian berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku menuju jalur kesuksesan.
2. Kepada kakak dan adik yang telah memberikan dukungan serta doa agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada teman-teman seperjuangan saya, Teman kelas L yang telah memberikan dukungan, bantuan serta telah kebersamai saya dari awal semester hingga saat ini.
4. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* dan persepsi kualitas produk terhadap *brand image* dan keputusan pembelian (studi pada pelanggan smartphone Samsung di D.I Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner *Google form* yang dibagikan kepada responden, teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *software* AMOS 22. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *brand image*, persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *brand image*.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth*, Persepsi kualitas produk, *Brand image*, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of electronic word of mouth and perceived product quality on brand image and purchasing decisions (study of Samsung smartphone users in D.I. Yogyakarta). This research method uses a quantitative descriptive approach, data collection used in this research is a Google form questionnaire distributed to respondents, the data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) based on AMOS 22 software. This research uses a purposive sampling technique with a sample size of 200 respondents. Based on the results of the analysis that has been carried out, the results show that electronic word of mouth has a positive and significant effect on brand image, perceived product quality has a positive and significant effect on brand image, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, perceived product quality has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions mediated by brand image, perceived product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions mediated by brand image.

Keywords: Electronic word of mouth, Perception of product quality, Brand image, Purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan, karunia dan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *electronic word of mouth* dan persepsi kualitas produk terhadap *brand image* dan keputusan pembelian (studi pada pengguna *smartphone* Samsung di D.I Yogyakarta).”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dan kontribusi mengenai *smartphone* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi

Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan penulis menyelesaikan studi.

Ibu Retno Widowati PA, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terkandung dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik, saran, dan pendapat yang dapat membangun untuk skripsi ini demi mengembangkan kemampuan penulis dan mengembangkan topik penelitian ini bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 13 Maret 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and a central character that resembles a 'P' or 'R'.

Ervin Setyanandika
20200410497

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori	15
1. <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2. <i>Brand Image</i>	17
3. Persepsi Kualitas Produk.....	19
4. Keputusan Pembelian	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu	26
C. Pengembangan Hipotesis	35
D. Model Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Objek dan Subyek Penelitian	44
B. Jenis Data	44
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
1. Variabel Independen.....	47
2. Variabel Dependen	47

3. Variabel Mediasi	47
F. Uji Instrumen Data.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas.....	52
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Uji Hipotesis.....	52
BAB IV	56
- Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian	56
1. Subjek Penelitian	56
B. Uji Kualitas Instrumen	60
1. Uji Validitas	61
2. Objek Penelitian	63
2. Uji Reliabilitas.....	64
3. Analisis Deskriptif.....	65
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	68
D. Uji Hipotesis.....	82
E. Pembahasan	86
BAB V.....	95
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	95
A. Simpulan.....	95
B. Keterbatasan Penelitian	96
C. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pangsa pasar smartphone	9
Tabel 1. 2 Data penjualan smartphone di Indonesia	9
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3. 2 Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 10 Interpretasi Kelas Interval	65
Tabel 4. 11 Tabel Deskriptif Variabel Electronic Word of Mouth	66
Tabel 4. 12 Tabel Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	66
Tabel 4. 13 Tabel Deskriptif Variabel Brand Image	67
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 15 Uji Normalitas	72
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Outliers	74
Tabel 4. 17 Identifikasi Model Struktural	79
Tabel 4. 18 Tabel Goodness of Fit	80
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	82
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	43
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	69
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	71
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	107
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	112
Lampiran 3 Data Responden.....	133
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	148
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	151
Lampiran 6 Model Penelitian.....	153
Lampiran 7 Uji Normalitas	154
Lampiran 8 Uji Outlier.....	155
Lampiran 9 <i>Degree of Freedom</i>	158
Lampiran 10 <i>Godness of Fit</i>	159
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	161
Lampiran 12 Uji Mediasi	162