

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
PENGUNAAN APLIKASI
*THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS MEDIATED BY
APPLICATION USE***



Disusun oleh:

Muhammad Fajar Milenico (20180410006)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021/2022**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
YANG DIMEDIASI OLEH
PENGUNAAN APLIKASI
*THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS MEDIATED BY
APPLICATION USE***

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Muhammad Fajar Milenico (20180410006)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Fajar Milenico

Nomor Induk Mahasiswa : 20180410006

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH PENGGUNAAN APLIKASI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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,

Muhammad Fajar Milenico



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ini dapat diselesaikan tepat waktu. Sholawat teriring salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad S.A.W

Teriring doa dan rasa syukur yang sebesar-besarnya, dengan segala rasa cinta dan kasih sayang serta pengorbanan yang telah diberikan untukku kupersembahkan karya ini untuk orang-orang tercinta sepanjang hidupku:

1. Untuk kedua orang tua saya Bapak Slamet Pristiano dan Ibu Elys Indrayati yang telah mendidik dan membesarkan saya dengan penuh rasa cinta, kasih sayang, dan ketulusan yang tak terbatas,
2. Kakak saya Rahardiyana Yoga Dewanto, Rizki Nurandini, dan beserta keluarga besar yang telah memberikan semangat serta kebahagiaan dalam hidupku.
3. Dosen Pembimbing saya Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA.
4. Elsa Putri Apsarini yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi, serta sabar menerima keluh kesah saya.
5. Sahabat saya Paksek yang terdiri dari Dani, Arziq, Jalu, Rafi, Danlut, Aryo, Dicky, Faris dan teman teman saya Leo, Meza, Jinan, Hasna, Lathifa, Astried, Sivica, Hepy, Piak, Ardy, Yasir, Arindra, Luhung, Dimas, Erat yang selalu mendukung selama proses perkuliahan ini serta meluangkan waktunya untuk bermain sebentar menenangkan pikiran.
6. Serta Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. Atas ridho-nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Konsumen Yang Dimediasi Oleh Penggunaan Aplikasi”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran selama penulis menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan juga nasehatnya selama penulis menyelesaikan studi ini.
4. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir BABA., MBA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu dan pengetahuan, mengorbankan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Luluk Iswati, Spd., M. Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis.
6. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Slamet Pristianto dan Ibu Elys Indrayati yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh rasa cinta, kasih sayang, dan ketulusan hati yang tak terbatas,
7. Kakak saya Rahardiyana Yoga Dewanto, Rizki Nurandini, dan keluarga besar yang telah memberikan semangat serta kebahagiaan dalam hidupku.
8. Elsa Putri Apsarini yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi, serta sabar menerima keluh kesah saya.
9. Sahabat saya Paksek dan teman-teman dekat Batang yang telah bersahabat sejak duduk dibangku SMP hingga sekarang.
10. Teman-teman Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2018 yang telah memberikan cerita selama proses perkuliahan.
11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini

Yogyakarta, 10 April 2022



Muhammad Fajar Milenico

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
A. Teori Utama	8
B. Definisi Variabel	10
C. Penelitian Terdahulu	14
D. Hubungan Antar Variabel.....	16
E. Model Penelitian	19
BAB III	20
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
B. Jenis Data	20
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	20
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
F. Uji Instrumen	24
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	25
BAB IV	29
A. Gambaran Mie Gacoan Yogyakarta	29
B. Deskripsi Profil Responden	29
C. Deskripsi Variabel Penelitian	30
D. Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA)	34
E. Uji Asumsi SEM.....	43

F. Uji Struktural Equation Model.....	46
G. Pengujian Hipotesis.....	50
H. Pembahasan.....	52
BAB V	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional	22
Tabel 3.2 Skala Likert	23
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	24
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	25
Tabel 4.1 Profil Responden.....	30
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Word of Mouth	32
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Penggunaan Aplikasi	33
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Niat Beli	33
Tabel 4. 6 Hasil Uji Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen	36
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Ekosgen	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen ...	40
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Endogen.....	41
Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Construct Reliability dan Average Variance Extracted	42
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Normalitas.....	43
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outliers Univariat	44
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Outliers	45
Tabel 4. 16 Pengujian Identifikasi Model SEM Dasar.....	46
Tabel 4. 17 Hasil Uji Fit Model (Goodness of Fit) Model SEM Dasar	47
Tabel 4. 18 Pengujian Identifikasi Model Setelah Modifikasi Model	48
Tabel 4. 19 Hasil Uji Fit Model (Goodness of Fit) Model SEM	49
Tabel 4. 20 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	50
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Sobel Test	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Persaingan Bisnis Jasa Layanan Pesan-Antar Makanan	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	19
Gambar 4. 1 Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen.....	34
Gambar 4. 2 Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen.....	35
Gambar 4. 3 Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen	38
Gambar 4. 4 Model Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen	39
Gambar 4. 5 Hasil Pengujian Structural Equation Modeling (SEM) Model Dasar	47
Gambar 4. 6 Hasil Pengujian Structural Equation Modeling (SEM).....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	60
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Penelitian.....	63
Lampiran 3 Hasil Distribusi Frekuensi Profil Responden	72
Lampiran 4. Hasil Pengujian Deskriptif Variabel Penelitian	73
Lampiran 5. Hasil Pengujian Distribusi Frekuensi Variabel Word Of Mouth	74
Lampiran 6. Hasil Pengujian Distribusi Frekuensi Variabel Niat Beli Konsumen	76
Lampiran 7. Hasil Pengujian Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Aplikasi	78