

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**
(Studi pada produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

DEDE NUR ALFARIZAL

20210510197



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten
Kuningan)

Oleh

DEDE NUR ALFARIZAL

20210510197

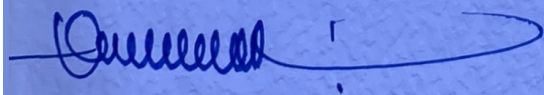
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M. Si
NIK. 41038971055



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236



Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M
NIK. 41010191025

LEMBAR PERSETUJUAN

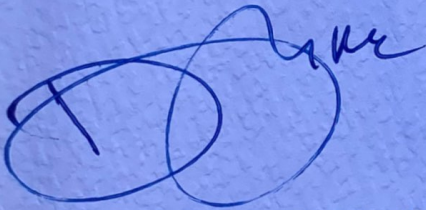
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten
Kuningan)**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 8 Juli 2025

Pembimbing I,



Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M
NIP. 41038031154

Pembimbing II,



Januar Habibi Mahsyar, SE., M.M
NIK. 41010191025

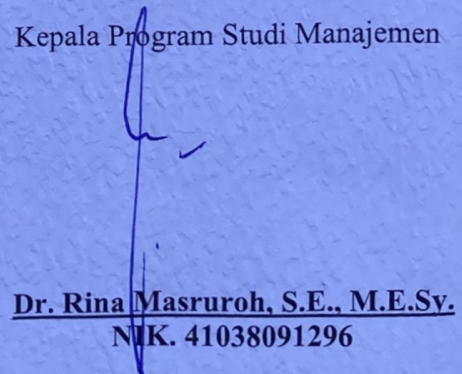
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M. Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderasi”. Ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 21 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Dede Nur Alfarizal
20210510197

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

”Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5)

“Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh

Bersandarlah hibahkan bebanmu”

(Perunggu – 33x)

“Dengar! Semua orang memiliki gilirannya masing-masing. Bersabarlah dan
tunggulah. Itu akan datang dengan sendirinya”

(Gol D. Roger)

PERSEMBAHAN

“Allhamdullilahirabbil Allamin, karya ini merupakan bentuk rasa syukurku kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia dan pertolongan yang tiada henti hingga saat ini. Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua orangtua saya, Ayah Mahmudin Sahrin Amsari dan Ibu Yayah Syamsiyah Makin yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus serta keikhlasan yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan dukungan sepenuh hati, serta untuk saudara kandung yang telah menemani untuk mencapai titik ini. Untuk Keluarga besar, dan sahabat yang selalu memberikan semangat juga dukungan. Terima kasih telah menjadi pendengar keluh kesah penulis selama ini.”

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten
Kuningan)**

**Dede Nur Alfarizal (20210510197) Pembimbing I : Dr. Dede Djuniardi, S.E.,
M.M. Pembimbing II : Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten Kuningan)". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana E-WOM dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dengan citra merek sebagai faktor yang memoderasi hubungan tersebut. Dalam konteks industri minuman, khususnya air minum dalam kemasan, permintaan masyarakat akan produk berkualitas tinggi semakin meningkat. Produk Aqua, yang diproduksi oleh AQUA Group sejak tahun 1973, telah menjadi merek generik di Indonesia dan dikenal luas karena kualitasnya yang terjamin, berasal dari sumber air pegunungan yang telah melalui penelitian lebih dari satu tahun. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner dengan menggunakan skala interval 1 sampai 10, dan Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi moderasi untuk menguji hipotesis yang diajukan. Populasi yang diteliti adalah masyarakat di Kabupaten Kuningan yang pernah membeli produk Aqua.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) *Electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek (4) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian melalui Citra Merek.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Cita Merek dan Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A MODERATING VARIABLE

(Study on AQUA Bottled Drinking Water Products in Kuningan Regency)

Dede Nur Alfarizal (20210510197) Supervisor I : Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. Supervisor II : Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M

ABSTRACT

This study is entitled “The Effect of Electronic Word Of Mouth and Product Quality on Purchasing Decisions with Brand Image as a Moderating Variable (Study on AQUA Bottled Drinking Water Products in Kuningan Regency)”. This study aims to analyze how E-WOM and product quality affect consumer purchasing decisions, with brand image as a factor that moderates the relationship. In the context of the beverage industry, especially bottled drinking water, public demand for high-quality products is increasing. Aqua products, produced by AQUA Group since 1973, have become a generic brand in Indonesia and are widely recognized for their guaranteed quality, derived from mountain water sources that have gone through more than one year of research. The data collection method uses a questionnaire or questionnaire using an interval scale of 1 to 10, and this study uses the moderation regression analysis method to test the hypothesis proposed. E-WOM and product quality affect consumer purchasing decisions, with brand image as a moderating factor. The data The population studied was people in Kuningan Regency who had bought Aqua products. The results showed that: (1) Electronic Word Of Mouth has a significant effect on Purchasing Decisions (2) Product Quality has no significant effect on Purchasing Decisions (3) Electronic Word Of Mouth has no significant effect on Purchasing Decisions through Brand Image (4) Product Quality has a significant effect on Purchasing decisions through Brand Image.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Product Quality, Brand Image and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat maupun karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA di Kabupaten Kuningan)”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi dari proposal penelitian ini masih banyak kekurangan serta kelemahan, baik dari segi teknik penyusunan maupun dari segi materi.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. dan Bapak Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing atas bimbingan saran serta motivasi yang diberikan. Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi penulis. Khususnya, bagi semua pihak yang telah membaca proposal ini. Untuk segala kekurangan dalam penulisan proposal ini, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik demi perbaikan dan penyempurnaan proposal penelitian ini.

Kuningan, 21 Juni 2025

DEDE NUR ALFARIZAL

20210510197

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobalamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Rabbi karena berkat rahmat dan Hidayat-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi syarat tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana di program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan (S1) dengan judul skripsi yaitu “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada Air Minum Dalam Kemasan Aqua di Kabupaten Kuningan).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak mungkin terselesaikan tanpa Ridho dari Allah SWT dan berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak skripsi ini penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Berjuta- juta Terima kasih untuk Kedua orang tua tercinta Ayah Mahmudin Sahrin Amsari dan Mamah Yayah Syamsiyah Makin karena telah mengusahakan pendidikan yang baik, terima kasih selalu mendukung anakmu dengan penuh kasih sayang dan telah menjadi orang tua yang luar biasa yang telah memberikan dorongan, motivasi dan tanpa hentinya memanjatkan doa terbaik untuk penulis selama ini.
2. Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan serta meluangkan banyak waktu untuk membimbing serta memberikan nasehat selama proses penyusunan skripsi yang sangat bermanfaat dan berarti bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang sangat sabar dalam proses membimbing, memberikan banyak saran dan masukan dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
5. Ibu Dr. Hj. Lili Karmelia Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak Ilham Akbar, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik selama perkuliahan.
8. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah banyak membekali penulis dalam bangku perguruan tinggi.
9. Terima Kasih Kepada Seluruh Keluarga Besar yang selalu mendukung dan memberikan motivasi.
10. Teman-Teman beserta keluarga pusat yang telah membantu bertahan hidup selama masa perkuliahan ada Fawaz Fauzi, Abyt Elsandhy, Willy Wildani, Razan Farras, Muhammad Fahtoni Akbar, Romi Hadad Ramdani, Andrianto Sandia, Egen Tresna, Saepul Huda, Moch Rizzal Firdisyah, Muhammad Rizal, Fahri syach dan Alby Fallah. Terimakasih telah memberikan beberapa pelajaran penting dari masing masing warna kalian yang tidak bisa dibeli oleh apapun.
11. Sahabat sahabat Gang Guha yang telah menemani selama masa perkuliahan ada Wildan Permana, Arif Nuryanto, Muhammad Rafi Hilmy, Adi Setiawan Nugraha, Muhammad Ikhsa, Muhammad Dias Rafi Firdaus, Fahrul Mubarok, Rafly Rafidin. Terimakasih telah mensupport saya dalam menulis skripsi ini.
12. Dan Terakhir untuk Dede Nur Alfarizal, ya diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTITAS

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH..... iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR.....x

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah8

1.3 Tujuan Penelitian9

1.4 Manfaat Penelitian9

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 11

2.1 Landasan Teori..... 11

2.1.1 Pemasaran 11

2.1.2 Keputusan Pembelian..... 12

2.1.3 *Electronic Word Of Mouth*..... 16

2.1.4 Kualitas Produk..... 20

2.1.5 Citra Merek 24

2.1.6 Pengaruh Antar Variabel..... 29

2.1.7 Penelitian Terdahulu	31
2.2 Kerangka Berpikir.....	40
2.3 Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Operasional Variabel.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Hasil Uji Instrumen.....	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif	55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7.3 Analisis Regresi Moderasi	59
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.2 Gambaran Karakteristik responden.....	64
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	67

4.1.4	Analisis Regresi Moderasi	82
4.1.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.1.6	Uji T (Uji Parsial).....	85
4.2	Pembahasan.....	88
4.2.1	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.2.3	Pengaruh Moderasi Citra Merek pada <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.2.4	Pengaruh Moderasi Cita Merek Pada Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Air minuman dalam kemasan tahun 2020-2023	4
Tabel 1. 2 Data Hasil Pra-survey kepada 30 responden.....	5
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Skala Interval	47
Tabel 3. 3 Uji Validitas Electronic Word Of Mouth.....	49
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kualitas Produk	50
Tabel 3. 5 Uji Validitas Citra Merek.....	51
Tabel 3. 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 4. 4 Deskriptif Stastitik Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4. 5 Deskriptif Stastitik Variabel Electronic Word Of Mouth	70
Tabel 4. 6 Deskriptif Stastitik Variabel Kualitas Produk.....	73
Tabel 4. 7 Deskriptif Stastitik variabel Personal Kualitas Produk.....	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikoliniertas	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 11 Hasil Uji Model 1 MRA Sebelum Moderasi	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Model 2 MRA Setelah Moderasi.....	83
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi MRA	85
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Uji Parsial) Sebelum Moderasi	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Uji Parsial) Setelah Moderasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	41
Gambar 4. 1 Logo Aqua.....	63
Gambar 4. 2 Kriterium Keputusan Pembelian	69
Gambar 4. 3 Kriterium Electronic Word Of Mouth.....	72
Gambar 4. 4 Kriterium Kualitas Produk	75
Gambar 4. 5 Kriterium Citra Merek.....	78