

**PENGARUH *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE SAMSUNG*
(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

MAULANA FIRDAUSI ALGIFAR

20200510017

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH ELEKTRONIK WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG
(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

Disusun Oleh :

MAULANA FIRDAUSI ALGIFAR
20200510017

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 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,



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S
NIP. 196110221986031002

Penguji II,



Tatang Rois, SE., M.Si
NIK. 41038091295

Penguji III,



Faishal Rahimi, SE., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :
MAULANA FIRDAUSI ALGIFAR
20200510017

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 1 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Hi. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II,



Tatang Roiq, SE., M.Si
NIK. 41038091295

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Hi. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masrurroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maulana Firdausi Algifar

NIM : 20200510017

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul“ **PENGARUH ELEKTRONIK WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG (Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)** ini beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, September 2024
Yang Membuat Pernyataan,



MAULANA FIRDAUSI ALGIFAR
NIM. 20200510017

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“hiduplah seperti akan mati besok, belajarlh seolah memiliki kehidupan abadi”

PERSEMBAHAN

Karya ini saya pesembahkan dengan penuh rasa cinta dan rasa terimakasih untuk kedua orang tua yang tanpa lelah dan penuh kasih sayang atas segala dukungan dan doa yang dipanjatkan. Terimakasih atas pengorbanan dan cinta yang telah kalian berikan.

ABSTRAK

Maulana Firdausi Algifar 20200510017 “Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung (Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”. Pembimbing Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan Tatang Rois, S.E., M.Si. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *elektronik word of mouth* dan citra merek terhadap minat beli *smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala interval sebagai instrumennya. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat kabupaten Kuningan yang mengetahui produk *smartphone* Samsung yang jumlahnya tidak diketahui, maka sampel ditentukan menggunakan Formula Lemeshow, sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan pengambilan sampel nya menggunakan teknik *non probability sampling*. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (H₁) *elektronik word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (H₂) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (H₃) *elektronik word of mouth* dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli *smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan.

Kata kunci: *elektronik word of mouth*, citra merek, minat beli.

ABSTRACT

Maulana Firdausi Algifar 20200510017 "The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Brand Image On Purchase Intention of Samsung Smartphones (Survey Of Kuningan Regency Communities)". Supervisor: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si and Tatang Rois, S.E., M.Si. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University, 2024.

This research aims to investigate the influence of electronic word of mouth and brand image on purchase intention of Samsung smartphones in Kuningan Regency. The research method used in this research is quantitative research and descriptive analysis. This research uses a questionnaire with an interval scale as the instrument. The population of this research is the number of people in Kuningan Regency who are aware of Samsung smartphone products is unknown, so the sample was determined using the Lemeshow Formula, the sample taken was 100 respondents with sampling using non-probability sampling techniques. The sampling used in this research was purposive sampling. The research results show that: (H₁) electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchase intention, (H₂) brand image has a positive and significant effect on purchase intention, (H₃) electronic word of mouth and brand image have a simultaneous effect on purchase intention. The result of this reseach are expected will provide deeper insight into the factors that influence interest in buying Samsung Smartphones in Kuningan Regency.

Keyword: electronic word of mouth, brand image, purchase intention.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Illahi Rabbi, karena atas limpahan Taufik dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan mengambil judul : **“Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memenuhi tugas akhir penyusunan skripsi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan, baik dalam hal penulisan maupun pembahasannya.

Oleh karena itu, berbagai kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan sekali sebagai bahan evaluasi. Berkat petunjuk dan saran yang diberikan dari dosen maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Kuningan, September 2024

Maulana Firdausi Algifar

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran, dan ketenangan hati serta pikiran dalam setiap proses penyusunan skripsi ini, Dari awal hingga akhir, saya diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan, serta mendapat banyak bimbingan, motivasi, semangat, dukungan, pengalaman, kekuatan, dan kemudahan dari pihak-pihak yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan ini, saya ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku rektor Universitas Kuningan.
2. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Tatang Rois, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing.
5. Ibu Sri Acih dan Bapak Daryono selaku kedua orang tua, terimakasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan untuk saya, atas segala dukungan yang selalu diberikan kepada saya.
6. Seluruh Staff Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Teman-teman seperjuangan dari awal mengemban ilmu di Universitas Kuningan hingga detik ini, terimakasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman yang selalu ada disetiap keadaan (Nurul Oktavia) terimakasih atas support yang terus menerus diberikan kepada penulis.
9. Semua pihak yang belum disebutkan secara tidak langsung mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmatnya bagi kita semua. Semua kebaikan dan jasa tersebut akan selalu dikenang dan tersimpan dihati penulis.

Kuningan, September 2024

Penulis,

MAULANA FIRDAUSI ALGIFAR
NIM : 20200510017

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Minat Beli.....	8
2.1.3 <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	12
2.1.4 Citra Merek	14
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	17
2.1.6 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kerangka Berpikir	24
2.3 Hipotesis.....	25
BAB III.....	26

METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1 Jenis Data	29
3.4.2 Sumber Data.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Uji Instrumen.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.7 Metode Analisis Data	34
3.8 Uji Asumsi klasik	36
3.8.1 Uji Normalitas	36
3.8.2 Uji Multikolonieritas	36
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.8.5 Koefisien Determinasi.....	38
3.9 Uji Hipotesis.....	38
3.9.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji Statistik T)	38
3.9.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	41
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44

4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	45
4.1.3 Teknik Analisis Data	46
4.1.3.1 Analisis Deskriptif	46
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik	54
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.1.5 Koefisien Determinasi	58
4.1.6 Pengujian Hipotesis	59
4.1.6.1 Uji t (Uji Parsial)	59
4.1.6.2 Uji f (Uji simultan)	60
4.2 Pembahasan	60
4.2.1 Pengaruh <i>Elektronik Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	61
4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	62
4.2.3 Pengaruh <i>Elektronik Word Of Mouth</i> dan Citra Merek Terhadap Minat Beli	64
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share <i>Smartphone</i> Indonesia 2020-2022.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Smartphone</i> di Gadget Store Cilimus dan Signora Store Kuningan.....	3
Tabel 1.3 Pra Survey Faktor Minat Beli	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Interval	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	46
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Minat Beli	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Uji Parsial)	59
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Daerah kriterium Variabel <i>Elektronik Word Of Mouth</i> (X1).....	48
Gambar 4.2 Daerah kriterium Variabel Citra Merek (X2).....	51
Gambar 4.3 Daerah kriterium Variabel Minat Beli (Y).....	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Penelitian
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner dan Kuesioner
Pengantar Kuesioner dan Kuesioner pada Google Form
Pengantar Pra Survey pada Google Form
- Lampiran III : Data Primer Hasil Pengumpulan Responden
Data Primer Hasil Pengumpulan Pra Survey Faktor Minat beli
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 25
- Lampiran V : Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup