

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO**

(Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

NOVA DWI SYLVA

NIM. 20220510081

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO

(Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

NOVA DWI SYLVA

20220510081

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 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,



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

Penguji II,



Wachiuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Penguji III,



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

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

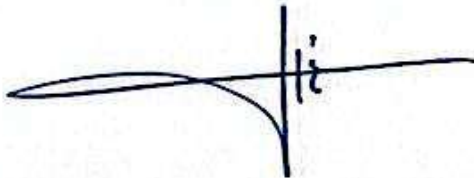
Disusun Oleh:

NOVA DWI SYLVA
20220510081

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

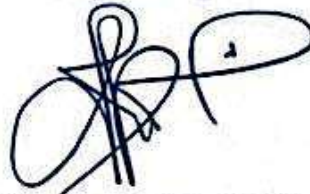
Kuningan, Juni 2026

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



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

Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo (Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**" ini beserta seluruh isinya adalah 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 keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudia ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Nova Dwi Sylva

NIM. 20220510081

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: "Fa inna ma'al 'usri Yusra, Inna ma'al 'usri yusra" "setiap kesulitan pasti ada kemudahan"

(QS.Al-Insyirah 94:5-6)

*"Perang telah usai, aku bisa pulang kubaringkan panah dan berteriak
MENANG!!"*

(Nadin Amizah)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka yang senantiasa percaya, di saat keyakinan dalam diri sendiri mulai pudar, untuk bapak dan mamah yang kasih sayangnya mengalir tanpa batas, melalui doa-doa yang tak pernah putus, untuk keluarga yang selalu menjadi rumah, tempat berpulang saat langkah terasa berat, dan untuk diri sendiri, yang meski kerap ingin menyerah, namun tetap memilih untuk bertahan

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO (Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Nova Dwi Sylva (NIM: 20220510081) Dosen Pembimbing I: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E.,M.Si dan Dosen Pembimbing II: Wachjuni, S.E., M. M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth*, citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli smartphone vivo pada masyarakat Kuningan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 140 responden. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengetahui hubungan antar variabel. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, citra merek, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuatnya *electronic word of mouth*, citra merek, dan persepsi harga, maka akan semakin tinggi minat beli terhadap smartphone Vivo. Rekomendasi diberikan kepada perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran digital, memperkuat citra merek, serta menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek, Persepsi Harga, Minat Beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTION ON VIVO SMARTPHONE PURCHASE INTENTION (Survey of the Kuningan Regency Community)

Nova Dwi Sylva (NIM: 20220510081) Supervisor I: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. and Supervisor lecture II: Wachjuni, S.E., M. M.

This research aimed to examine the influence of electronic word of mouth, brand image, and price perception on Vivo smartphone purchase intention among the Kuningan community. The study was conducted using a quantitative approach by distributing questionnaires to 140 respondents. The collected data were analyzed to determine the relationship between the variables. The research findings show that electronic word of mouth, brand image, and price perception simultaneously have a significant influence on purchase intention. This indicates that the stronger the electronic word of mouth, brand image, and price perception, the higher the purchase intention for Vivo smartphones. Recommendations are provided for the company to improve its digital marketing strategy, strengthen its brand image, and set prices that align with consumer perceptions.

Keywords: *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Price Perception, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo**". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan.

Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M. Si. selaku dosen pembimbing 1 skripsi dan Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Penulis sangat berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Kuningan, Mei 2026

NOVA DWI SYLVA
NIM.20220510081

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillahirobilalamin, puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran illahi Rabbi karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo (Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis tentunya menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, dan arahan serta saran – saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Cinta pertama dan panutanku, Alm. Bapak Ujang Handy Sonjaya dan pintu surgaku Ibu Tety Hartati. Penulis menyadari bahwa tiada kata yang mampu sepenuhnya menggambarkan rasa syukur ini. Namun, dengan penuh cinta dan ketulusan, izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian. Terima kasih atas segalanya, terima kasih atas doa, dukungan dan cinta yang tiada henti-hentinya kalian berikan kepada penulis, khususnya sepanjang perjalanan penelitian skripsi ini. Terima kasih telah menjadi orang tua yang supportif. Terima kasih telah berjuang bersama penulis, mengorbankan banyak waktu, tenaga dan upaya untuk mendukung penulis meraih impian. Tanpa kehadiran kalian, orang tua yang sangat luar biasa, pencapaian ini tidak mungkin terwujud, karena kalian merupakan sumber inspirasi dan kekuatan yang tak tergantikan bagi penulis. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini, dapat menjadi bentuk penghormatan dan apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan. Untuk Bapak, semoga Allah menempatkan Bapak di tempat terbaik disisi-Nya. Dan untuk Ibu, semoga Allah senantiasa memberkahi Ibu dengan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan dan umur panjang. Semoga segala doa yang telah kalian panjatkan untuk penulis menjadi jembatan menuju kesuksesan dunia dan akhirat.

2. Kepada kakak tercinta, Tiara Utami. Terimakasih sudah selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk adikmu. Kasih sayang dan dukungan mu sangat berarti dalam perjalanan ini. Kehadiranmu adalah kekuatan yang tak tergantikan bagi penulis.
3. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani., SE., M.Si selaku pembimbing I dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah membantu serta meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi dalam memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Wachjuni, S.E., M. M selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian memberikan arahan, bimbingan, dan koreksi yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Munir Nur Komarudin, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
6. Dr. Tatang Rois. M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan serta saran dalam menjalankan perkuliahan.
7. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. Selaku Rektor Universitas Kuningan
8. Seluruh staf Program Studi Manajemen. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Staf perpustakaan Universitas Kuningan dan Staf pelayanan Universitas Kuningan
9. Kepada pemilik toko HP Hamid Store, Merdeka Cell Pok, Galery Smartphone Hamka signal Kuningan yang telah memberikan izin serta membantu memberikan data dan informasi yang penulis butuhkan serta seluruh karyawannya yang sudah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini
10. Kepada sahabat terbaik penulis Azalia Salsabila, perjumpaan kita dibangku SMA hingga perkuliahan adalah anugerah yang tak pernah penulis duga. Bukan hanya sekedar seorang teman, melainkan sahabat yang selalu ada di setiap fase perjalanan hidup penulis. Selalu menjadi pendengar setia dan penopang utama yang mampu menerima setiap sisi

baik dan buruk diri penulis tanpa pernah menghakimi. Kehadiranmu adalah sumber kekuatan dan inspirasi yang tak ternilai selama masa-masa perkuliahan ini. Setiap tawa, setiap diskusi, dan setiap dukungan tulus yang diberikan telah menjadi penyemangat dalam menghadapi setiap tantangan akademis dan personal. Kamu adalah bukti nyata bahwa persahabatan sejati mampu melewati segala badai. Terima kasih atas setiap memori indah, setiap pelajaran hidup, dan setiap momen berharga yang telah kita lalui bersama. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan dan kesuksesan dalam setiap langkah hidupmu

11. Ina Irnawati, Risma Almaida, Putri Nur F, Nirmala Mutiara R, Shopy Sukmawati, Antikawati, Dhea April, Dhea Irawati, Nida Azzahra, Putri Apriliyana, Putri Sri Cantika, dan Risma Khusnul Khotimah selaku sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat, kebersamaan, dan penguatan kepada penulis selama menjalani perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas kehadiran, dan kebersamaan yang telah diberikan, selalu setia menemani dan tiada hentinya mendengarkan keluh kesah serta memberikan kepercayaan terhadap penulis, hiburan dan semangat dalam menjalani masa - masa sulit yang penulis lewati. Semoga persahabatan yang terjalin dapat terus terjaga dan bertahan selamanya.
12. Teruntuk Mei Pramesti selaku sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala waktu, perhatian, serta kesediaan untuk selalu membantu dan mendengarkan setiap keluh kesah penulis, segala bantuan yang diberikan, baik berupa saran, diskusi, maupun dukungan moral, sangat berarti dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk Nada Mudrikatussalamah selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani penulis dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, dan memberikan doa setiap langkah yang penulis lalui sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar
14. Kepada teman-teman Manajemen L 2022, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan cerita indah yang telah kita ukir selama masa perkuliahan.

Semoga kebersamaan ini menjadi kenangan yang selalu dikenang dengan penuh syukur, dan kesuksesan menyertai langkah kita masing-masing di masa depan.

15. Kepada seseorang yang memiliki NIM 20220810024 membuat penulis jatuh hati kembali dalam perjalanan menyusun skripsi ini, terima kasih telah menjadi bagian dari cerita. Meski belum bisa bersama, kehadiran dan kenangan tentangmu menjadi salah satu pengingat yang menguatkan penulis untuk terus berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat sebagai bentuk memantaskan diri.
16. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri, Nova Dwi Sylva, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Di tengah rasa lelah, kegelisahan, dan keinginan untuk menyerah, kamu tetap memilih untuk melanjutkan langkah. Terima kasih karena telah percaya bahwa setiap usaha dan doa akan menemukan jalannya. Meskipun langkahmu tidak secepat yang lain, namun kamu mampu menyelesaikan ini semua. Kamu sudah membuktikan bahwa bergerak perlahan pun tak apa, selama tidak berhenti. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari keberanian baru untuk terus tumbuh dan menjadi versi terbaik dari diri sendiri.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi semua pihak yang membutuhkan

Kuningan, Mei 2026

NOVA DWI SYLVA
20220510081

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	11
2.1.2 Pemasaran	12
2.1.3 Strategi Pemasaran	13
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.1.5 Citra Merek	22
2.1.6 Persepsi Harga.....	28
2.1.7 Minat Beli.....	34
2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	39

2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	44
2.2 Kerangka Berfikir.....	48
2.3 Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Metode Penelitian.....	50
3.2 Operasionalisasi Variabel	51
3.2.1 Variabel Dependen	52
3.2.2 Variabel Independen.....	52
3.3 Populasi Dan Sampel	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Jenis Dan Sumber Data	56
3.4.1 Jenis Data	56
3.4.2 Sumber Data.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Uji Instrument	58
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	59
3.6.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	60
3.6.4 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	60
3.6.5 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data	63
3.7.1 Analisis Deskriptif	63
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	65
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	67
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Hasil Pembahasan	69
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	69

4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	70
4.1.3 Teknik Analisis Data	74
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	84
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	86
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi.....	87
4.1.7 Uji Hipotesis.....	88
4.2 Pembahasan.....	90
4.2.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo.....	90
4.2.2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo	92
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo	94
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pembelian Smartphone di Kabupaten Kuningan.....	3
Tabel 1. 2 Hasil Prasurvey Kabupaten Kuningan	4
Tabel 1. 3 Research Gap	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3. 2 Rentang Nilai	58
Tabel 3. 3 Uji Validitasi Electronic Word Of Mouth (X1)	59
Tabel 3. 4 Uji Validitasi Citra Merek (X2)	60
Tabel 3. 5 Uji Validitasi Persepsi Harga (X3)	60
Tabel 3. 6 Uji Validitasi Minat Beli (Y)	61
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	62
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek (X2)	62
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reabilitas Persepsi Harga (X3)	63
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reabilitas Minat Beli (Y)	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Yang Di Peroleh.....	74
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Electronic Word Of Mouth (X1)	74
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Citra Merek (X2)	77
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X3).....	79
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y).....	81
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	86
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	88
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Uji Parsial)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proporsi Individu yang Memiliki/Menguasai Telepon Genggam Menurut Kelompok Umur.....	1
Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Vivo di Indonesia 2020-2024.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	49
Gambar 4. 1 Deskriptif Variabel Electronic Word Of Mouth (X1).....	76
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....	78
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3)	81
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	83
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85