

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA FILM NASIONAL  
(Studi pada Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASING  
DECISIONS WITH PURCHASE INTENTION AS A MEDIATION  
VARIABEL IN NATIONAL FILMS  
(study on students FEB in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)***



Oleh

**KANA AINUN NISA**

**20150410238**

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

**2019**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA FILM NASIONAL  
(Studi pada Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASING  
DECISIONS WITH PURCHASE INTENTION AS A MEDIATION  
VARIABEL IN NATIONAL FILMS  
(study on students FEB in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



Oleh

**KANA AINUN NISA**

**20150410238**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA FILM NASIONAL  
(Studi pada Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASING  
DECISIONS WITH PURCHASE INTENTION AS A MEDIATION  
VARIABLE IN NATIONAL FILMS  
(study on students FEB in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)***



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

**Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., MM.**  
NIK : 19680531199202143012

Tanggal : 24 Januari 2019

## SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA FILM NASIONAL**

(Studi pada Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASING  
DECISIONS WITH PURCHASE INTENTION AS A MEDIATION  
VARIABLE IN NATIONAL FILMS***

(study on students FEB in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh

**KANA AINUN NISA  
20150410238**

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

**Tanggal 24 Januari 2019**

Yang terdiri dari

  
**Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., MM.**  
Ketua Tim Penguji

  
**Dr. Susanto, S.E., MS.**  
Anggota Tim Penguji

  
**Misbahul Anwar, S.E., M.Si.**  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
  
**Rizal Yava, S.E., M.Sc., Ph.D., AK., CA.**  
NIK. 19731218199904 143 068

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Kana Ainun Nisa

Nomor mahasiswa : 20150410238

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **"PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA FILM NASIONAL (Studi pada Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)"** 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 terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Januari 2019



Kana Ainun Nisa

## **Motto**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.

(QS. AL-INSYIRAH, 6-8)

“Visi tanpa tindakan hanyalah sebuah mimpi, tindakan tanpa visi hanyalah membuang waktu, visi dengan tindakan akan mengubah dunia” (Joel Arthur Barker).

## **Persembahan**

Karya tulis ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang sangat berharga dan berjasa bagi penulis.
2. Kaka dan adik yang sangat memotivasi penulis.
3. Sahabat – sahabat penulis yang selalu menemani dan memotivasi penulis hingga saat ini.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel mediasi pada film nasional. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa/mahasiswi FEB UMY yang pernah menonton film nasional dalam enam bulan terakhir. Objek dalam penelitian ini yaitu film nasional. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 150 sampel dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan alat analisis *SEM (Structural Equation Modeling)* menggunakan *software* AMOS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli dapat memediasi hubungan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Electronic word of mouth*, minat beli, dan keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*this study aims the effect of electronic word of mouth on purchasing decisions with purchase intention as a mediation variabel in national film. sthe subjects in this study were feb umy students / students who had watched national films in the past six months. The object in this study is national film. The sample used in this study is 150 samples with purposive sampling method. This study uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis using AMOS software version 22.*

*The results of this study indicate that Electronic word of mouth has a positive and significant effect on buying interest, electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant effect on purchasing decisions, buying interest can mediate the relationship of electronic word of mouth to purchasing decisions.*

*Keywords: Electronic word of mouth, interests, and purchasing decisions*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji bagi Allah SWT telah memberi kelancaran dalam penelitian ini yang berjudul “Analisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat sebagai variabel mediasi pada film nasional”

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir Pendidikan sarjana prodi manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis memohon maaf apabila ada kekurangan dalam skripsi ini, baik dalam penyusunan kalimat maupun dalam penjelasan.

Selesainya skripsi ini tentu saja tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membimbing dan mendukung, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.
3. Ibu Dra. Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
4. Ibu Siti Dyah Handayani, Dr., SE.,MM. selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
5. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi ilmu selama kuliah.
6. Jajaran staff Program Studi Manajemen, staff Tata Usaha, staff Lab Manajemen, staff PPM , dan Perpustakaan yang telah berjasa dalam membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.

7. Mahasiswa/mahasiwi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta telah mendukung penulis selama kuliah maupun penulisan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini karena kesempurnaan hanya milik Allah swt. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan saudara/i.

Yogyakarta, 24 Januari 2019

Penulis

Kana Ainun Nisa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJUAN PUSTAKA .....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis .....	21
D. Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	27
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	27
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
C. Jenis Data .....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
F. Uji Kualitas Instrumen .....	30
G. Alat Analisis Dan Uji Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	40
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	44
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	50
D. Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	69
A. Simpulan .....	69
B. Keterbatasan Penelitian.....	70
C. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN.....	75



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah .....	43
Tabel 4.5 Hasil CFA Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	45
Tabel 4.6 Hasil CFA Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> Setelah Dieliminasi ..	46
Tabel 4.7 Hasil CFA Variabel Minat .....	47
Tabel 4.8 Hasil CFA Variabel Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat .....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.12 Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i> .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas data.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Outliers</i> Pertama.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Outliers</i> Setelah Dilakukan Eliminasi .....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	60
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Langsung Setiap Variabel .....	61
Tabel 4.19 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i> .....	62
Tabel 4.20 Hasil <i>Output Standardized Inirect Effect</i> .....	62
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Positif dan Negatif Setiap Variabel.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Model Penelitian .....	13
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Model Penelitian .....	26
Gambar 4.1 Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	51
Gambar 4.2 Output Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	51
Gambar 4.3 Output Hasil <i>Bootstrap Distribution</i> .....	56
Gambar 4.4 Output Permodelan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	59