

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT
BELI MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada *Smartphone Apple* di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH TOWARD
PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND IMAGE AND BRAND
TRUST AS INTERVENING VARIABLE***

(Study on Smartphone Apple in Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh:

MAULANA REZA MUHAMMAD

20140410067

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Maulana Reza Muhammad

NIM : 20140410067

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Smartphone Apple di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis 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 untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Februari 2019



Maulana Reza Muhammad

MOTTO

Jika kamu tak membayangkannya, tak ada
sesuatu pun yang akan terwujud.

Paper Towns, John Green

Cintailah semua orang, tapi percayailah beberapa
saja.

William Shakespeare

Apapun yang orang lain katakan, hal yang
terpenting dalam hidup adalah bersenang-senang.

The Museum of Innocence, Orhan Pamuk

Masa muda itu bukan soal umur.

Pablo Picasso

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk

Keluarga saya, bapak Daniel Firmansyah, ibu Agustini Fi Widyarsi, serta kakak Mahardhika Muhammad dan adik Marza Fadil Muhammad, terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, dan do'a selama ini.

Semua teman-teman Pondok Pesantren Modern Islam Assalaam yang berada di Jogja dan dimanapun.

Teman Kampus yang telah mengisi hari-hari saya, serta menjadi tempat bercanda, berdebat, dan bertukar pikiran semasa perkuliahan.

Maulana Reza Muhammad

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas berkat rahmat dan hidayah-Nya dan karunia dari Allah SWT kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada *Smartphone Apple* di Yogyakarta)”** guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan sehingga tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis didalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta
2. Ibu Retno Widowati, Dra. M.Si., Ph.D. Selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati, Dra. M.Si., Ph.D. Selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Daniel Firmansyah dan Ibu Agustini Fi Widiyarsi dan Kakak Mahardhika Muhammad dan Adik Marza Fadil Muhammad. Selaku keluarga yang telah mendukung serta memberikan semangat sehingga tugas akhir ini dapat segera terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Akhir kata, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk memperdalam karya tulis dengan tema ini.

Yogyakarta, 28 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	19
D. Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek/Subjek Penelitian	26
B. Jenis Data.....	26
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
F. Uji Kualitas Instrumen.....	32
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38

A. Gambaran Umum Objek dan Responden Penelitian	38
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	42
C. Hasil Penelitian	45
D. Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	66
A. Simpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	66
C. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1</u> .1 <i>global ranking of smartphone production and market share by vendors</i>	4
Tabel 2 .1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4 .1 Klasifikasi Data Responden	39
Tabel 4 .2 Uji Validitas	43
Tabel 4 .3 Uji reliabilitas	44
Tabel 4 .4 Perhitungan Degrees of Freedom	48
Tabel 4 .5 Penilaian Normalitas Data.....	49
Tabel 4 .6 Pengamatan Data Outliers.....	51
Tabel 4 .7 Goodness of Fit Index.....	53
Tabel 4 .8 Hasil Output Regression Weights.....	55
Tabel 4.9 Standardized Direct Effect (Group numbet 1 – Default model).....	59
Tabel 4.10 Standardized Indirect Effect (Group numbet 1 – Default model).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .1 persentasi pengguna <i>smartphone</i> di Indonesia pada 2013-2018	3
Gambar 2 .1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4 .1 Pemodelan <i>Structural Equation Modelling</i>	46
Gambar 4 .2 Pemodelan multicollinearity dan singularity.....	52
Gambar 4 .3 Output Pemodelan <i>Structural Equation Modelling</i>	53
Gambar 4 .4 Besaran <i>Indirect effect</i> Langsung Antar Variabel	60