

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, ATRIBUT PRODUK,
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE OPPO DI PURWOKERTO**

(Studi Pada Konsumen *Handphone* Oppo di Purwokerto)



SKRIPSI

SUTIKNO

1602010361

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, ATRIBUT PRODUK,
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE OPPO DI PURWOKERTO**

(Studi Pada Konsumen *Handphone* Oppo di Purwokerto)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

SUTIKNO

1602010361

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, ATRIBUT PRODUK, DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DI PURWOKERTO
(Studi Pada Konsumen Handphone Oppo Di Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh :

SUTIKNO

1602010361

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



Arini Hidayah, SE, M.Si

NIK.2160341

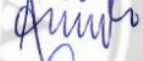


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Sutikno
NIM : 1602010361
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Pengaruh *Word of Mouth*, Atribut Produk, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Purwokerto. (Studi Pada Konsumen Handphone Oppo di Purwokerto).

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

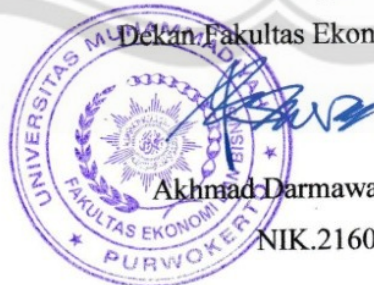
DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, SE, M.Si ()
Anggota 1 : Dra. Hj. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si ()
Anggota 2 : Fatmah Bagis, SE, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 31 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, SE, M.Si.

NIK.2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sutikno
NIM : 1602010361
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 31 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



Sutikno

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sutikno
NIM : 1602010361
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, ATRIBUT PRODUK, *BRAND TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DI
PURWOKERTO
(Studi Pada Konsumen Handphone Oppo di Purwokerto)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinfomatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 31 Januari 2020
Yang menyatakan,



Sutikno

MOTTO

“Amalan yang lebih dicintai Allah adalah amalan yang terus-menerus dilakukan walaupun sedikit”

(Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim)

“My success is only by Allah”

(QS. Huud: 88)

“So remember Me. I will remember you”

(QS. Al-Baqarah : 152)

“Tanpa impian kita takkan meraih apapun,
Tanpa cinta kita takkan merasakan apapun,
dan Tanpa Tuhan kita bukan siapa-siapa”

(Zulkizalpes)

PERSEMBAHAN



*Dengan mengucap Basmallah dan syukur, kupersembahkan
skripsi penuh perjuangan ini kepada :*

Bapakku Suratman, Ibuku Sinem,

*Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa
terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi banyak nikmat yang tidak bisa kita hitung satu demi satu. Salah satunya adalah nikmat masih diberi waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Pengaruh *Word of Mouth*, Atribut Produk, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Purwokerto (Studi Pada Konsumen Handphone Oppo di Purwokerto)”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah banyak memberikan berkah dan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil terbaik.
2. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Dra. Hj. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku penguji I yang telah memberi kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Fatmah Bagus, SE, M.Si selaku penguji II yang juga telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperlancar dan membantu sampai terciptanya skripsi ini.
9. Untuk bapak Suratman, sosok lelaki yang dengan sabar menasehati serta memberi dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Ini sebagai sedikit pembukti bahwa anaknya mampu dibanggakan dan selalu ingin mempersembahkan yang terbaik untukmu.
10. Ibu Sinem, sosok wanita super yang cinta dan sayangnya tak terbatas untuk anaknya ini. Atas doa dan dukungannya, penulis dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu. Semoga bapak dan ibu diberi umur panjang sehingga dapat melihat anak-anaknya sukses dan mampu sedikit membalas dari apa yang telah bapak dan ibu berikan kepada anak-anaknya.
11. Kakak-kakak saya, Sugiarti dan Jupriyadi, terima kasih atas setiap dukungan, semangat, dan kepedulian yang telah diberikan selama ini.
12. Sahabat-sahabat saya Muhtadin, Dwilutfiana Putri, Ismanto Cahyo, Verli Kurnianto, Arta Minang, Defi Lupita, Khatya Nurul, Putri Dwi, M Arif, Salsabila, Ayu Rizki, Juang Fernando, Agung Setiawan, Thegar Moeldoko, Rifki Krisna, Surana Halim yang selalu menyemangati.
13. Keluarga KKN Reguler 2019 Kelompok 107 Desa Manggis Kec. Sirampog Kab. Brebes yaitu Induk Semang, Ramadani, Valda, Echa, Wulan, Ita, Nabila, Fatur, Fitri, dan Bisma.
14. Teman-teman Kompas Squad, Blue Kost, dan Jamaah Kost Indonesia yang selalu membantu, memberi semangat dan menghibur selama masa kuliah.
15. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen S1 Angkatan 2016 khususnya Kelas Manajemen F yang telah menemani berjuang dari awal
16. Teman-teman konsentrasi pemasaran angkatan 2016 yang telah banyak membantu dan saling mengajarkan banyak hal.

15. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen S1 Angkatan 2016 khususnya Kelas Manajemen F yang telah menemani berjuang dari awal
16. Teman-teman konsentrasi pemasaran angkatan 2016 yang telah banyak membantu dan saling mengajarkan banyak hal.
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu demi satu yang telah memberi bantuan serta semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 31 Januari 2020

Penulis,



Sutikno

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, ATRIBUT PRODUK DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* OPPO DI PURWOKERTO
(Studi Pada Konsumen Handphone Oppo Di Purwokerto)

Sutikno¹

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**
tikno284@gmail.com

Arini Hidayah²

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**
hidayaharini99@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, atribut produk, dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 105 konsumen. Uji analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan *word of mouth*, atribut produk, dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, secara parsial *word of mouth*, atribut produk, dan *brand trust* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Atribut Produk, *Brand Trust* dan Keputusan Pembelian.

**THE EFFECT OF WORD OF MOUTH, PRODUCT ATTRIBUTES AND
BRAND TRUST TOWARD THE DECISION TO PURCHASE OPPO
HANDPHONE IN PURWOKERTO**

(Research of Oppo Mobile Consumers in Purwokerto)

Sutikno¹

***Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
tikno284@gmail.com***

Arini Hidayah²

***Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
hidayaharini99@yahoo.com***

ABSTRACT

This purpose of this research was to examine the effect of word of mouth, product attributes, and brand trust on the purchase decision for Oppo mobile phones in Purwokerto. This type of research is a quantitative research with data collection techniques using purposive sampling and the sample used in this sresearch amounted to 105 respondent. Test data analysis using multiple linear regression. The test results indicate that simultaneous word of mouth, product attributes, and brand trust significantly influence purchasing decisions. Meanwhile, partially word of mouth, product attributes, and brand trust respectively have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Word of Mouth, Product Attributes, Brand Trust and Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

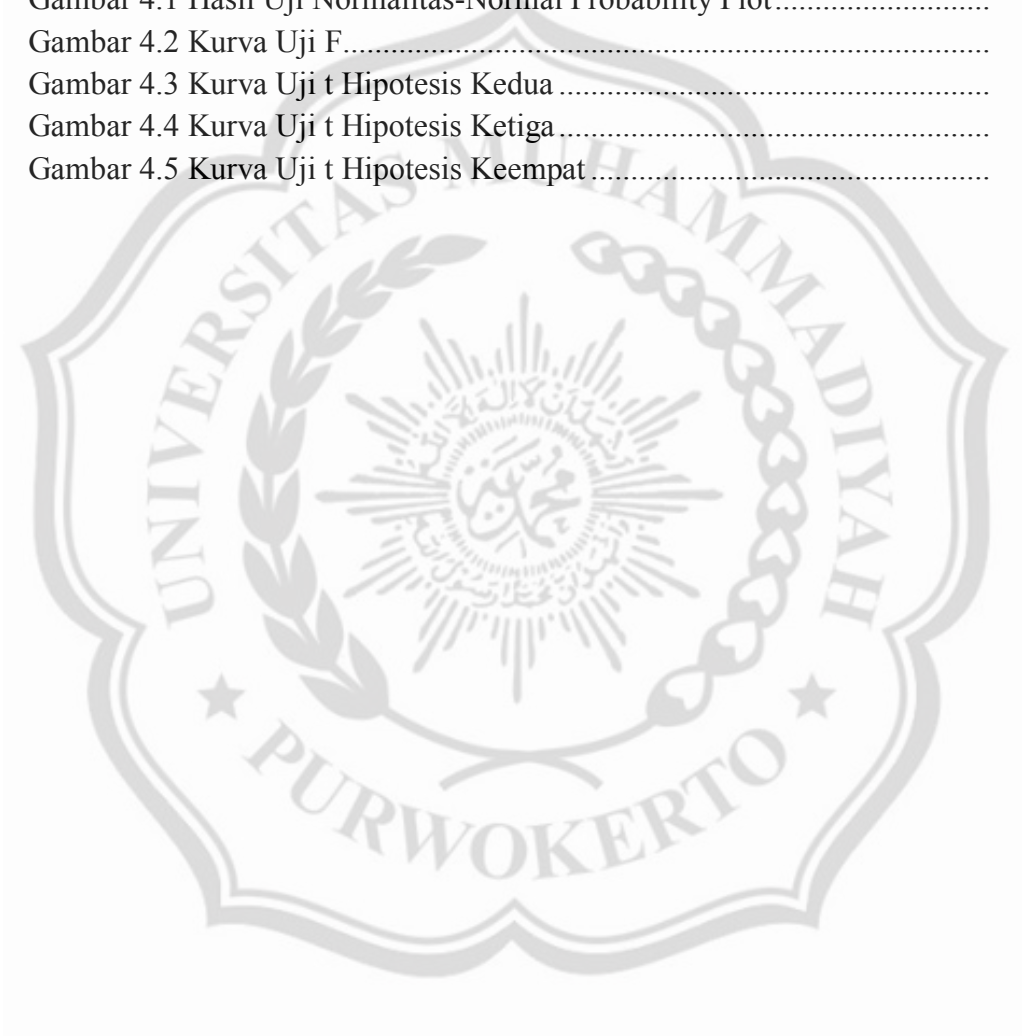
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Metode Penelitian.....	26
B. Metode Analisis	32
C. Uji Instrumen	32
D. Uji Asumsi Klasik	34
E. Uji Kecocokan Modal.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum	42
B. <i>Response Rate</i>	44
C. Karakteristik Responden	45
D. Metode Analisis Data.....	48
E. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4.1	Response Rate.....	44
Tabel 4.2	Deskripsi Responden	46
Tabel 4.3	Validitas <i>Word of Mouth</i>	49
Tabel 4.4	Validitas Atribut Produk.....	50
Tabel 4.5	Validitas <i>Brand Trust</i>	51
Tabel 4.6	Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.12	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.13	Hasil Uji F	60
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
Tabel 4.15	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.16	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan <i>Word of Mouth</i>	67
Tabel 4.17	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Atribut Produk	69
Tabel 4.18	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan <i>Brand Trust</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	37
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	39
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	40
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas-Normal Probability Plot.....	55
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	61
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	62
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	63
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2	Data Responden	89
Lampiran 3	Karakteristik Responden	93
Lampiran 4.	Tabulasi Data	94
Lampiran 5	Hasil Uji Instrumen	106
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran 7	Hasil Uji Kecocokan Model	116

