

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi)



SKRIPSI

PUTRI ISLAMIATI

2002010245

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2024

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi)



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

PUTRI ISLAMIATI

2002010245

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi)



SKRIPSI


Disusun Oleh:

PUTRI ISLAMIATI

2002010245

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan di bawah ini:

Pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph. D

NIK. 2160183


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Putri Islamiati
NIM : 2002010245
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul laporan : Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi)

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 : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si ()
Anggota 2 : Yudhistira Pradipta Aryoko, SE., MM ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 12 Agustus 2024

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Islamiati

NIM : 2002010245

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, 12 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Putri Islamiati

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

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

Nama : Putri Islamiati
NIM : 2002010245
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*,
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto

Pada tanggal : 12 Agustus 2024

Yang menyatakan



Putri Islamiati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap.”

(Q.S An-Insyirah Ayat 6-8)

“Orang tua di rumah menanti kepulunganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

(Putri Islamiati)

”Jika kamu mencari satu orang yang akan mengubah hidupmu, maka lihatlah di cermin”

(Putri Islamiati)

Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, penulis persembahkan skripsi ini untuk membayar kesempatan dan kepercayaan kepada:

Kedua orang tua penulis: Bapak Rojiun dan Ibu Rohimah

Terima kasih atas setiap lantunan doa, harapan, kasih sayang serta berbagai dukungan yang diberikan semoga Allah SWT membalas dan memberkahi segalanya.

KATA PENGANTAR



Assalamu'allaikum Wr.Wb

Puji Syukur saya panjatkan panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas berkat dan Rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi Ini dengan baik, sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam, yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Bapak Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

4. Bapak Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bantuan dalam bentuk layanan informasi dan fasilitas selama menjalani proses perkuliahan.
5. Ibu Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
6. Ibu Dra. Tri Septin Muji R, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
7. Bapak Yudhistira Pradipta Aryoko, SE., MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang telah diberikan.
9. Kepada surga saya Bapak Rojiun dan Ibu Rohimah, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti, beliau memang tidak sempat memperoleh pendidikan bangku kuliah, namun beliau mampu mendidik penulis, berjuang untuk kebahagiaan penulis dan memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

10. Kepada Adik perempuan saya Azizah dan Kakak perempuan saya Vety, terimakasih atas dukungan serta do'a yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
11. Teruntuk *my best partner* Ananda Rifadila Fahmi, S.T, terimakasih karena telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik tenaga, waktu, pikiran maupun materi. Seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu memberikan dukungan terhadap penulis dan menemani penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih telah menjadi bagian awal dari perjalanan kuliah penulis hingga sekarang.
12. Teruntuk sahabat rumah saya “Nada, Nanda, Rina, Nisya, Lulu dan Lia” yang selalu memberikan kebahagiaan dan yang telah menemani penulis selama kuliah. Terimakasih telah memberi ruang bagi penulis untuk *sharing* di berbagai macam situasi dan kondisi yang di alami oleh penulis.
13. Kepada teman seperjuangan serta teman terbaik semasa kuliah penulis “Sekar” yang selalu ada dalam kondisi senang maupun duka, yang selalu berbagi keluh kesah dan berbagi kebahagiaan. Terimakasih karena sudah menemani penulis sampai sekarang.
14. Kepada keluarga besar penulis, terimakasih atas dukungan dan doa yang selalu diberikan agar peneliti bisa menyelesaikan studinya sampai sarjana.
15. Terimakasih untuk semua teman-teman Manajemen angkatan 2020 yang semasa kuliah membantu penulis dalam kegiatan perkuliahan. Semoga diberikan kesuksesan selalu dan dibalas kebaikannya oleh Allah SWT.

16. Terimakasih saya ucapkan teruntuk orang yang sudah menemani dan memberi pengalaman dan pembelajaran tentang kehidupan. senang, sedih, duka, dan tawa. Saya bersyukur pernah bertemu. Semoga selalu Bahagia, semua doaku yang terbaik untuk kita semua;
17. Terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.
18. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri “Putri Islamiati”. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Purwokerto, 12 Agustus 2024

Penulis

Putri Islamiati

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi)

Putri Islamiati¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: putriislami20@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Eonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *word of mouth*, *brand awareness*, *brand image*, dan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Xiaomi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMP, UNSOED dan UIN SAIZU. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i yang pernah melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan jumlah sampel sebanyak 133 responden pada mahasiswa UMP, UNSOED dan UIN SAIZU. Teknik analisis data yang digunakan antara lain statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji kecocokan model dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun *brand image* dan *product quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Word of mouth*, *brand awareness*, *brand image*, *product quality*, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF WORD OF MOUTH, BRAND AWARENESS, BRAND
IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION
(Study on Smartphone Xiaomi User)***

Putri Islamiati¹

The Faculty of Economic and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: putriislami20@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

The Faculty of Economic and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hernitugas86@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassador, trust and easiness towards purchasing decisions on smartphone Xiaomi. This research was using quantitative research. This population in this research are UMP, UNSOED and UIN SAIZU students. Sample in this research are student who have been purchased smartphone Xiaomi. Based on the criteria, there were 133 respondents who became the sample on UMP, UNSOED and UIN SAIZU student. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, goodness of fit test and hypothesis testing. The results of the analysis show that word of mouth and brand awareness have positive effect and significant on purchasing decisions, but brand image and product quality doesn't influence purchasing decisions.

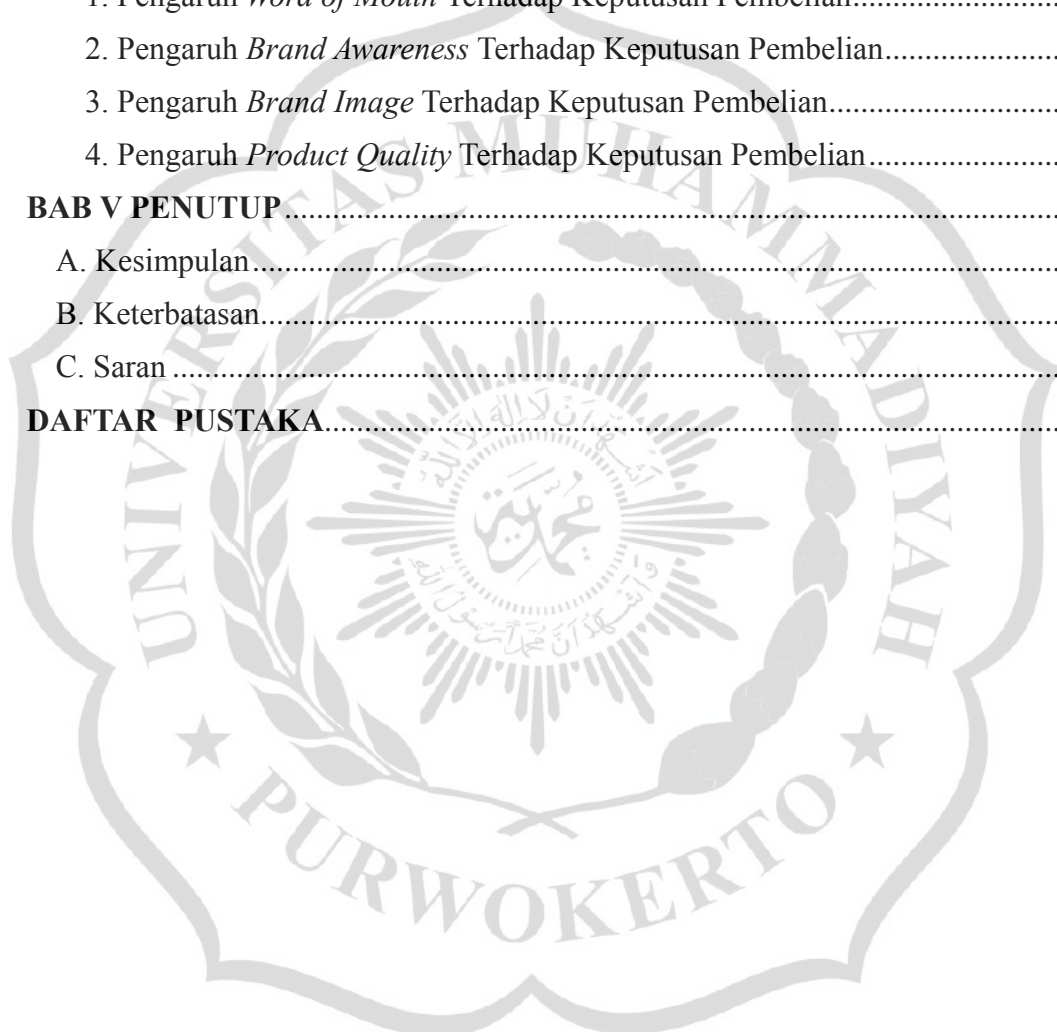
Keywords: Word of mouth, brand awareness, brand image, product quality, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Keputusan Pembelian	14
3. <i>Word of mouth</i>	16
4. <i>Brand Awareness</i>	17
5. <i>Brand Image</i>	18
6. <i>Product Quality</i>	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21

C. Kerangka Pemikiran	28
1. Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	30
4. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembeli.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel	35
3. Teknik <i>Sampling</i>	35
C. Metode Pengumpulan Data.....	36
D. Variabel Penelitian	37
1. Variabel Independen	37
2. Variabel Dependen.....	37
E. Definisi Operasional	38
F. Metode Analisis Data	43
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	44
2. Uji Instrumen	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
4. Analisis Regresi Linier Berganda	46
5. Uji Kecocokan Model.....	47
6. Uji Hipotesis t.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian.....	53
1. Deskripsi Umum Produk	53
2. <i>Response rate</i>	54
3. Gambaran Umum Responden.....	55
B. Analisis Data.....	58
1. Statistik Deskriptif.....	58
2. Uji Instrumen	67

3. Uji Asumsi Klasik.....	72
4. Analisis Regresi Linier Berganda	74
5. Uji Kecocokan Model.....	76
6. Uji Hipotesis t.....	78
C. Pembahasan	83
1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Keterbatasan.....	89
C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i> Data Penjualan <i>Smartphone</i> tahun 2021 - 2023	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Jumlah Responden.....	36
Tabel 3.2 Alternatif Pilihan Jawaban Pada Kuesioner	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Universitas	57
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Uang Saku	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i>	58
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	61
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	62
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	64
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Word of Mouth</i>	67
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	68
Tabel 4.13 Uji Validitas <i>Brand Image</i>	69
Tabel 4.14 Uji Validitas <i>Product Quality</i>	70
Tabel 4.15 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.17 Uji Normalitas	72
Tabel 4.18 Uji Multikolonieritas	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.22 Hasil Uji F	77
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Uji t	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	49
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	50
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	51
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	52
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	78
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	79
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	80
Gambar 4.4 Kurva uji T Hipotesis Ketiga.....	81
Gambar 4.5 Kurva Uji T Hipotesis Keempat.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2: Karakteristik Responden	107
Lampiran 3: Tabulasi Data	114
Lampiran 4: Distribusi Frekuensi.....	133
Lampiran 5: Uji Statistik Deskriptif.....	135
Lampiran 6: Uji Validitas	138
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	144
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	145
Lampiran 9: Uji Regresi Linier Berganda & Uji Hipotesis t	147
Lampiran 10: Uji Kecocokan Model.....	148
Lampiran 11: Tabel r	149
Lampiran 12: Tabel Chi Square	151
Lampiran 13: Tabel F	153
Lampiran 14: Tabel t	155
Lampiran 15: Surat Keterangan Lolos Turnitin	157
Lampiran 16: Hasil Turnitin.....	158