

SKRIPSI

PENGARUH BRAND *IMAGE*, *ELECTRONIC- WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *POINT COFFE YUMMY CHOICE* INDOMARET POINT MOJOPAHIT SURABAYA



OLEH:

HANA PUJI SETYOWATI

201100041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ELECTRONIC-WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *POINT COFFE YUMMY CHOICE* INDOMARET POINT MOJOPAHIT SURABATA

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

HANA PUJI SETYOWATI

201100041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hana Puji Setyowati
NPM : 201100041
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Electronic- Word of Mouth* (e-wom) dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Point
Coffee Yummy Choice* Indomaret Point Mojopaht

Dosen Pembimbing

Tanggal : 6 Februari 2024



(Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal : 6 Februari 2024



(Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Hana Puji Setyowati

dengan NPM 201100041

Telah diuji pada 12 Februari 2024

dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji



.....
(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


.....

(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Ketua Program Studi


.....

(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE, ELECTRONIC- WORD OF MOUTH (E-WOM)*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *POINT*
COFFE YUMMY CHOICE INDOMARET POINT MOJOPAHIT SURABAYA.

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Jurusan

Manajemen

Pada Hari...*Senin*..... Tanggal...*12*..... Bulan...*Februari*..... Tahun 2024

Disusun oleh :

Nama : Hana Puji Setyowati

NPM : 201100041

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

Ketua : Dr. Y. Budi Hermanto, M.M.

Anggota : 1. Dr. Lilik Indrawati, M.M.

2. Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hana Puji Setyowati
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Manajemen Pemasaran
Alamat : Jl. Jagir Sidomukti IV No. 39, Surabaya
No. Indentitas : 082229079416

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

Pengaruh *Brand Image*, *Electronic-Word of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Point Coffee Yummy Choice* Indomaret Point Mojopahit Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara umum dalam bentuk jurnal atau lainnya. Skripsi ini merupakan karya sendiri dan segala sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku secara umum. Apabila dikemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Surabaya, 12 Februari 2024

Hormat Saya



Hana Puji Setyowati

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur yang saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Image, *Electronic-Word of Mouth* (e-wom) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Point Coffee Yummy Choice* Indomaret Point Mojopahit Surabaya” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika. Selesaiannya tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari beberapa pihak sehingga pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ini, ucapan terimakasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada :

1. Romo Adrian Adiredjo, S. T. I., M.A., S.Th. D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya beserta jajarannya atas dukungan yang diberikan.
2. Ibu Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika dan selaku dosen penguji yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. Ibu Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Maria Widyastuti, M.M, Selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, yang telah menyediakan waktu, pikiran, perhatian dan tenaga untuk membimbing dan membantu penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, M.M. selaku ketua dosen penguji yang sudah membimbing dan membantu dalam kritik dan saran terhadap skripsi ini
6. Kepada Bapak dan Ibu dosen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan ilmu dan membimbing peneliti selama 4 tahun ini.





7. Kedua orang tua tercinta dan seluruh anggota keluarga, yang selalu memberikan dukungan dengan penuh perhatian dan kasih sayang, memberikan seluruh doa, kesabaran, motivasi, dan tenaga yang tak terhingga kepada penulis.
8. Imanuel Bintang Bijak Satria yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, motivasi, doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Rachel Hapsari yang selalu memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis cantumkan satu per satu yang juga mendukung penulis dalam berbagai hal untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti berharap agar tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang membangun akan dijadikan pembelajaran di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih dan mohon maaf bila ada kata yang kurang berkenan pada penulisan skripsi ini.

Surabaya,

Peneliti

Hana Puji Setyowati

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Brand image	12
2.1.2 Electronic-word of mouth (E-WOM).....	14
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Keputusan pembelian	18
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	20
2.2.1 Pengaruh Brand image terhadap keputusan pembelian.....	20
2.2.2 Pengaruh Electronic-word of mouth (e-wom) terhadap keputusan pembelian.....	20
2.2.3 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	21
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1	21
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2	22
2.3.3 Penelitian Terdahulu 3	23
2.4 Rerangka Berpikir.....	24
2.5 Kerangka Konseptual	26
2.6 Hipotesis Penelitian	26
BAB III.....	27
3.1 Obyek Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	27
3.2.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.3 Variabel Penelitian	28
3.3.1 Variabel Bebas	28
3.3.2 Variabel Terikat	28





3.4	Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1	<i>Brand image</i>	29
3.4.2	<i>Electronic-word of mouth</i>	29
3.4.3	Harga	29
3.4.4	Keputusan Pembelian	30
3.5	Populasi dan Sampel	30
3.5.1	Populasi	30
3.5.2	Sampel	31
3.6	Metode dan teknik Analisis Data	32
3.6.1	Metode Penelitian	32
3.6.2	Teknik Analisa Data	32
3.7	Teknik Analisa Data	33
BAB IV		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1	Karakteristik Responden	43
4.3	Analisis Data dan Pembahasan	44
4.3.1	Uji Validitas	44
4.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden	46
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas	51
4.4.2	Uji Multikolineristas	51
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	52
4.5	Analisis Regresi Linear	52
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi	54
4.5.2	Uji t	55
BAB V		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	59
5.2.1	Bagi Perusahaan PT. Indomarco Prismatama	59
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Penelitian terdahulu dan dengan penelitian sekarang.....	22
Tabel 2. 2 Perbedaan Penelitian terdahulu dan dengan penelitian sekarang.....	23
Tabel 2. 3 Perbedaan Penelitian terdahulu dan dengan penelitian sekarang.....	24
Tabel 3. 1 Kriteria Skala Likert.....	33
Tabel 3. 2 Kriteria Determinasi.....	37
Tabel 4 1 Usia responden	43
Tabel 4 2 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4 3 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4 4 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4 5 Rentang Jawaban dari Responden.....	46
Tabel 4 6 Hasil Kuisisioner Pada Variabel Brand image (X1)	47
Tabel 4 7 Hasil Kuisisioner pada variabel Electronic-word of mouth (X2)	48
Tabel 4 8 Hasil Kuisisioner Variabel Harga (X3).....	49
Tabel 4 9 Hasil Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4 10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4 11 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	54
Tabel 4 14 Hasil Analisis Uji t	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rerangka Berpikir	25
Gambar 2. 2 Rerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Indomaret pada tahun 1988	38
Gambar 4. 2 Logo Indomaret	39
Gambar 4. 3 Logo Yummy Choice	41
Gambar 4. 4 Logo Point Coffe	41
Gambar 4. 5 Produk Point Coffe Yummy Choice	42
Gambar 4. 6 Hasil Heterokedastisitas Y	52
Gambar 4. 7 Kurva variabel brand image	55
Gambar 4. 8 Kurva variabel electronic- word of mouth (e-wom)	56
Gambar 4. 9 Kurva variabel harga	57

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Karakteristik Responden
Lampiran 6	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 7	Hasil Uji Multikolinearitas, Uji t, dan Analisis Regresi Linear
Lampiran 8	Hasil Koefisien Determinasi
Lampiran 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 10	Statistik Deskriptif
Lampiran 11	R tabel
Lampiran 12	T tabel

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Perusahaan Indonesia dalam sektor ekonomi pada bisnis perdagangan saat ini sedang berkembang, salah satu jenis perdagangan di Indonesia adalah bisnis retail yang terbagi menjadi dua yaitu retail tradisional dan retail modern. PT. Indomarco Prisma Utama atau yang sering disebut dengan Indomaret merupakan contoh dalam bisnis retail modern yang berada dekat dengan masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *brand image*, *electronic-word of mouth* (e-wom) dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *point coffee yummy choice* Indomaret Mojopahit Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan google formulir, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang telah melakukan pembelian produk *point coffee yummy choice* Indomaret Mojopahit Surabaya dengan minimal usia 17 tahun dan telah melakukan pembelian minimal satu kali, data penelitian diolah dengan menggunakan SPSS 26. Hasil analisis data menunjukkan bahwa setiap item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid dengan r hitung $>$ r tabel sebesar 0,2272, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6, hasil uji normalitas mendapatkan hasil bahwa data yang digunakan pada penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinieritas tidak menunjukkan multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai $>$ 0,10 atau nilai VIF $<$ 10. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak terdapat bentuk yang jelas dan adanya sebaran titik-titik yang berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = -1,665 + 0,125 X_1 + 0,391 X_2 + 0,628 X_3$, besarnya *brand image*, *electronic-word of mouth* (e-wom) dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Point Coffee Yummy Choice* Indomaret Mojopahit Surabaya berdasarkan *adjusted Rsquare* adalah 91,7% . Hasil uji t menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig $<$ 0,05

Kata kunci : *brand image*, *electronic-word of mouth* (e-wom), harga, keputusan pembelian



ABSTRACT

Indonesian companies in the economic sector in the trading business is currently growing, one type of trade in Indonesia is the retail business which is divided into two trade in Indonesia is a retail business which is divided into two, namely traditional retail and modern retail. PT Indomarco Prismatama or often called Indomaret is an example of a modern retail business that is divided into two types, namely traditional retail and modern retail. Indomaret is an example of a modern retail business that is close to the community. The purpose of this study is to determine whether brand image, electronic-word of mouth, and brand image, electronic-word of mouth (e-wom) and price on purchasing decisions on point coffee yummy products. purchasing decisions on point coffee yummy choice products Indomaret Mojopahit Surabaya. This research is quantitative research using google form, using purposive sampling method. Sample in this study are people who have made purchases of point products coffee yummy choice Indomaret Mojopahit Surabaya with a minimum age of 17 years and have made at least one purchase, the research data is processed using SPSS 26. The results of data analysis show that each statement item on each variable is declared valid with r count $> r$ table of 0.2272, all variables are declared reliable with a value of Cronbach alpha > 0.6 , the normality test results show that the data used in the research is normally distributed. The multicollinearity test results do not show the results of the multicollinearity test do not show multicollinearity between the independent variables in the regression model with a value > 0.10 or VIF value < 10 . The results show that there are no symptoms of heteroscedasticity in the regression model because there is no clear shape and the distribution of the independent variables in the regression model, there is no clear shape and there is a distribution of points that are above and below the number 0 on the Y axis. The results of the multiple linear regression equation in this study is $Y = -1.665 + 0.125 X_1 + 0.391 X_2 + 0.628 X_3$, the magnitude of brand image, electronic-word of mouth (e-wom) and price to purchasing decisions on Point Coffee Yummy Choice Indomaret products Mojopahit Surabaya based on adjusted Rsquare is 91.7%. The results of the t test show that all variables in this study have an effect on purchasing decisions with a sig value < 0.05 purchase decision with a sig value < 0.05

Keywords: brand image, electronic-word of mouth (e-wom), price, purchase decision

