

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS
YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Teofilus Putra Haryanto

NPM: 14 03 21353

Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta

2018

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS
YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Teofilus Putra Haryanto

NPM: 14 03 21353

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Nadia Nila Sari SE., MBA.

4 Mei 2018

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS
YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
Teofilus Putra Haryanto
NPM : 14 03 21353

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 7 Juni 2018 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. D. Koeshartono, MM.



Nadia Nila Sari SE., MBA.

Yogyakarta, 7 Juni 2018
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS YOGYAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 4 Mei 2018

Yang menyatakan



Teofilus Putra Haryanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar dari awal sampai akhir.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah

“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS YOGYAKARTA”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tak terlepas dari berbagai bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus atas segenap rahmat dan penyertaan hingga saat ini.
2. Keluarga terhebat, Papa, Mama, Ivan. Terima kasih atas segala kasih sayang, semangat dan motivasi selama pengerjaan skripsi.
3. Nadia Nila Sari SE., MBA. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Opa Edi sekeluarga atas dukungan dan doanya sehingga penulis dapat melewati proses ini dan menyelesaikan studi bahkan pengerjaan skripsi ini.

5. Vicky yang selalu memberi semangat dan dukungan atas pengerjaan skripsi ini, lalu pertolongan dikala penulis bingung dalam pengerjaan skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Segenap responden dari yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam skripsi ini.
8. Teman seperjuangan Kumala, Kelvin Timothy Embek dan Theo Gentong yang menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan.
9. Teman-teman angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, HMPSM dan divisi DKV yang selama ini membantu proses kuliah.
10. Teman-teman KKN 72 Kelompok 82 Banjarn yang memberikan doa.
11. Pihak- pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi baik langsung maupun tak langsung. Terima kasih banyak.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik maupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan datang. Semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnyadan bagi semua orang yang membacanya

Yogyakarta, 4 Mei 2018



Teofilus Putra Haryanto

Motto

“Sebab bagi Allah tidak ada yang mustahil”

Lukas 1:37

“Kata-Nya kepada mereka semua: “Setiap orang yang mau mengikut Aku, ia harus menyangkal dirinya, memikul salibnya setiap hari dan mengikut aku”

Lukas 9:23

“Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari esok, karena hari esok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari”

Matius 6:34

“Dimana kamu ditempatkan , maka kamu harus menjadi berkat”

Mom’s said.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	15
2.1 <i>Word of Mouth</i>	15
2.2 <i>Electronic word of mouth</i>	16
2.3 Merek	19
2.4 Citra Merek	20

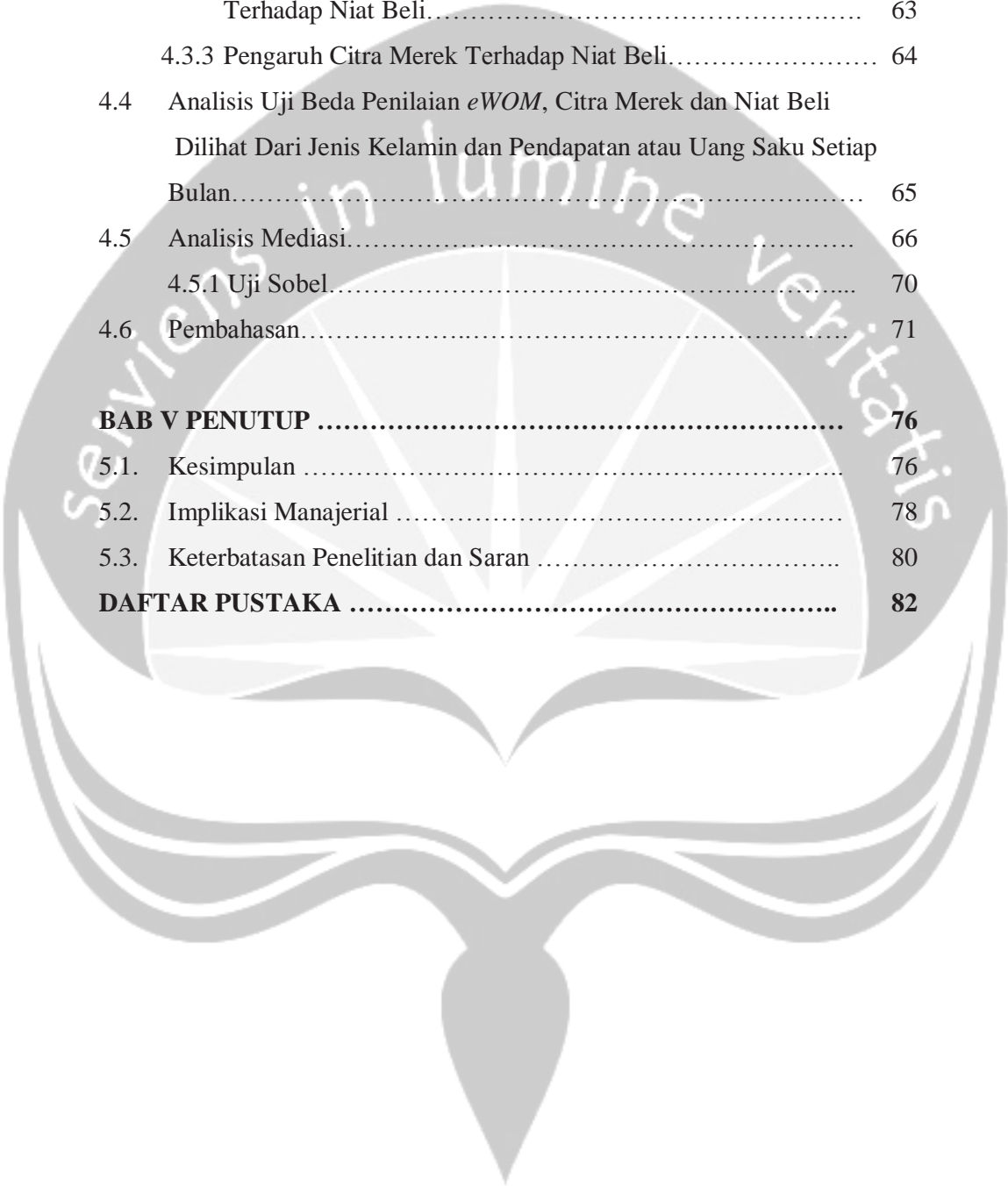
2.5	Niat Beli	22
2.6	Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pembelian	24
2.7	Penelitian Terdahulu.....	27
2.8	Model Penelitian	33
2.9	Pengembangan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN 40

3.1	Lokasi, Objek, Subjek dan Batasan Penelitian	40
3.2	Metode <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.1	Sampel dan Metode <i>Sampling</i>	41
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.4	Metode Pengujian Instrumen	45
3.4.1	Uji Validitas	45
3.4.2	Uji Reliabilitas	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2	Analisis Regresi Sederhana	47
3.5.3	Uji Beda <i>Independent Sample t Test</i>	51
3.5.4	Uji Beda <i>One Way ANOVA</i>	52
3.5.5	Analisis Mediasi.....	53
3.5.6	Uji Sobel.....	59

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 60

4.1	Pendahuluan	60
4.2	Analisis Deskriptif Identitas Responden.....	60
4.2.1	Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2	Karakteristik Demografi Berdasarkan Pendapatan dan Uang saku Setiap Bulan.....	61
4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	62



4.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Terhadap Citra Merek.....	62
4.3.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Terhadap Niat Beli.....	63
4.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli.....	64
4.4 Analisis Uji Beda Penilaian <i>eWOM</i> , Citra Merek dan Niat Beli Dilihat Dari Jenis Kelamin dan Pendapatan atau Uang Saku Setiap Bulan.....	65
4.5 Analisis Mediasi.....	66
4.5.1 Uji Sobel.....	70
4.6 Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Implikasi Manajerial	78
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Waktu yang Dhabiskan di Sosial Media	1
Gambar 1.2	Data Pengguna Instagram Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin	4
Gambar 1.3	Akun Instagram Dirty Chiks.....	8
Gambar 1.4	<i>Foodblogger</i> mereview Dirty Chiks di Instagram...	9
Gambar 1.5	Konsumen <i>Comment</i> Tentang Dirty Chiks di Instagram.....	9
Gambar 1.6	Konsumen <i>meregram</i> Foto Dirty Chiks di Instagram.....	10
Gambar 2.1	Metode Penelitian	33
Gambar 3.1	Hubungan Langsung X Mempengaruhi Y.....	53
Gambar 3.2	Hubungan Tidak Langsung X Mempengaruhi Y...	54
Gambar 3.3	Pengaruh <i>eWOM</i> Terhadap Citra Merek.....	55
Gambar 3.4	Pengaruh <i>eWOM</i> Terhadap Niat Beli.....	55
Gambar 3.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli	56
Gambar 3.6	Pengaruh <i>eWOM</i> dan Citra Merek Terhadap Niat Beli.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	43
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.1	Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin (N=130).....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Demografi Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Setiap Bulan (N=130).....	61
Tabel 4.3	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Terhadap Citra Merek.....	62
Tabel 4.4	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Terhadap Niat Beli...	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli.....	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Beda <i>Independent Sample t Test</i> Jenis Kelamin Terhadap <i>eWOM</i> , Citra Merek dan Niat Beli.....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Beda <i>One Way ANOVA</i> Pendapatan atau Uang Saku Setiap Bulan Terhadap <i>eWOM</i> , Citra Merek dan Niat Beli.....	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh <i>eWOM</i> dan Citra Merek Terhadap Niat Beli.. ..	67
Tabel 4.9	Tabel Causal Step Mediasi.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	KUESIONER <i>ONLINE</i>
LAMPIRAN 3	DATA RESPONDEN (Identitas dan Instrumen Penelitian Responden)
LAMPIRAN 4	HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN 5	HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA
LAMPIRAN 6	UJI BEDA <i>INDEPENDENT SAMPLE t TEST</i>
LAMPIRAN 7	UJI BEDA <i>ONE WAY ANOVA</i>
LAMPIRAN 8	HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA
LAMPIRAN 9	JURNAL ACUAN
LAMPIRAN 10	R TABEL
LAMPIRAN 11	F TABEL
LAMPIRAN 12	t TABEL



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA DIRTY CHICKS
YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Teofilus Putra Haryanto

NPM: 14 03 21353

Pembimbing

Nadia Nila Sari SE., MBA.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra merek dan niat beli pada Dirty Chiks Yogyakarta dan menguji perbedaan dalam hal penilaian *electronic word of mouth*, citra merek dan niat beli dilihat dari jenis kelamin dan pendapatan atau uang saku setiap bulan pada Dirty Chiks Yogyakarta. Penelitian ini mengambil responden masyarakat umum baik mahasiswa maupun mahasiswi yang berada di Yogyakarta dengan rentang umur 18 – 34 tahun. Jumlah sampel yang valid dan dipakai dalam penelitian ini adalah 130 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner *online*. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, analisis *causal step* mediasi, uji beda *independent sample t test* dan uji beda *one way ANOVA*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *eWOM* berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap niat beli melalui citra merek sebagai variabel mediasi, akan tetapi lebih besar efek secara langsung. *eWOM* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat beli. *eWOM* memiliki pengaruh yang positif terhadap citra merek. Citra merek memiliki pengaruh yang positif pada niat beli. Tidak ada perbedaan penilaian *eWOM*, citra merek dan niat beli jika dilihat dari jenis kelamin. Tidak ada perbedaan penilaian *eWOM*, citra merek dan niat beli jika dilihat dari pendapatan atau uang saku setiap bulan.

Kata Kunci : *Electronic word of mouth*, citra merek, niat beli