

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PRODUK *PULL & BEAR* DI KALANGAN
MAHASISWA**

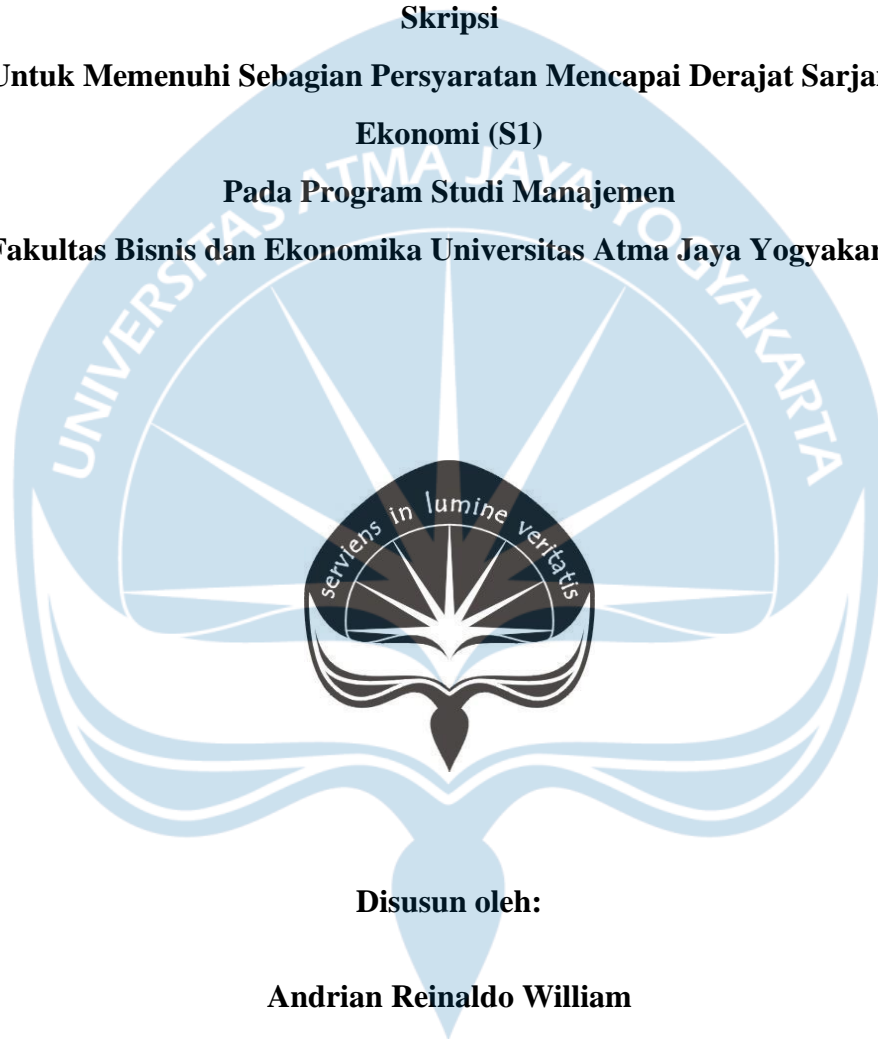
Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Andrian Reinaldo William

NPM: 17 03 23449

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PRODUK *PULL & BEAR* DI KALANGAN
MAHASISWA**



Disusun oleh:

Andrian Reinaldo William

NPM: 17 03 23449

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Diah", written over a white rectangular background.

Th. Diah Widhiastuti, SE., M.Si.

25 Juli, 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 1042/J/1

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 17 September 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Andrian Reinaldo William

NPM : 170323449

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Andrian Reinaldo William telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
IPSIS DAN EKONOMIKA

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PRODUK *PULL & BEAR* DI KALANGAN
MAHASISWA**

Merupakan hasil karya sendiri, baik pernyataan, gagasan, ide maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik Sebagian maupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan tidak valid dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 09 Juli 2021

Yang menyatakan



Andrian Reinaldo William

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat-Nya karena telah membimbing penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek dan Niat Beli (Studi Kasus Pada Minat Beli Produk *Pull & Bear* Pada kalangan Mahasiswa)", sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi dapat terlaksana berkat bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penyelesaian penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih karunia dan penyertaan-Nya selalu menyertai saya dalam kehidupan dengan baik.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat bagi penulis untuk mengembangkan nilai-nilai unggul, inklusif dan humanis.
3. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat bagi penulis untuk mempelajari ilmu-ilmu bisnis dan ekonomi yang akan berguna bagi masa depan.
4. Prodi Manajemen Universitas Atma Jaya sebagai pembimbing penulis dalam mengenal lebih dalam keempat pilar manajemen.

5. Ibu Diah Widiastuti, SE., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi saya yang membantu dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi hingga dapat diselesaikan dengan baik.
6. Keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman terdekat saya yang tidak bisa disebutkan satu-satu Namanya yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.

Saya berharap dengan dilakukannya penelitian ini, selain sebagai syarat kelulusan dapat menjadi informasi tambahan terhadap perusahaan dalam menciptakan tren produk bagi konsumen untuk menarik niat beli dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

MOTTO

"Jangan membandingkan diri anda dengan orang lain, jika anda melakukannya, anda sama dengan menghina diri sendiri"

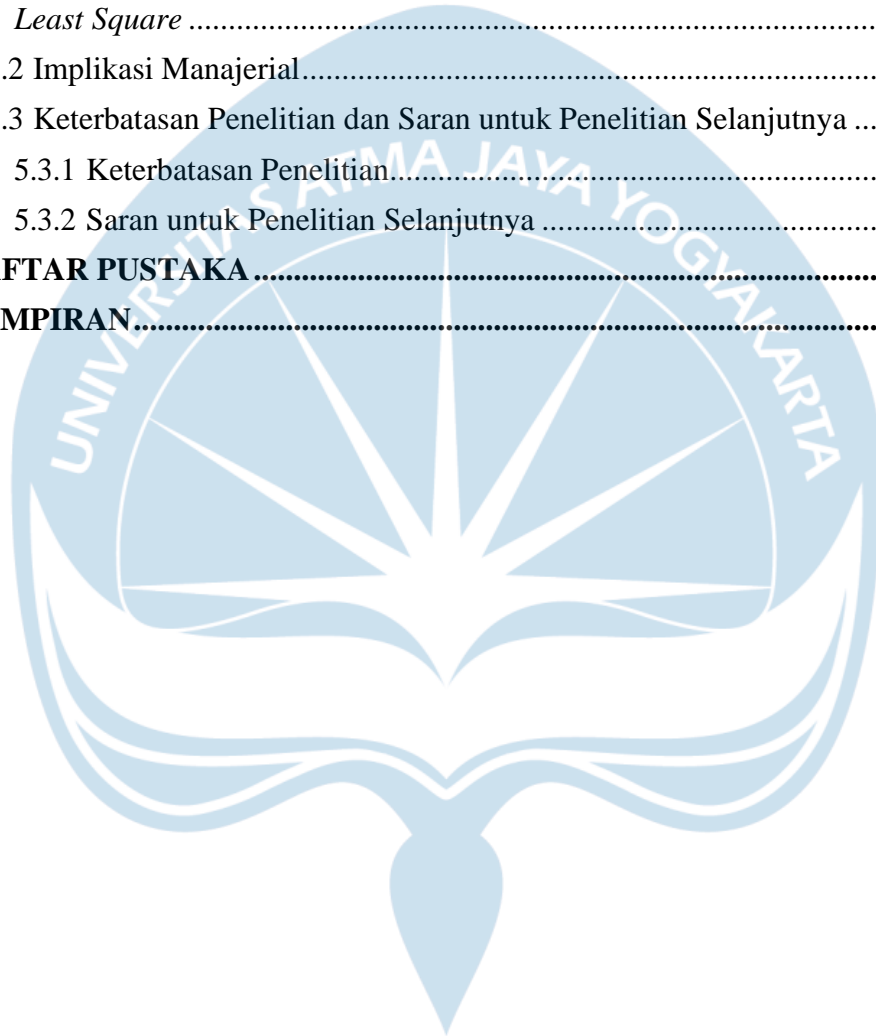


DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematikan Penulisan.....	9
BAB II TINAJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	10
2.1.2 Citra Merek.....	11
2.1.3 Niat Beli.....	11
2.2 Hasil Penelitian terdahulu:	13
2.3 Model Kerangka Penelitian	17
2.4 Pengembangan hipotesis	17
2.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Citra Merek Produk <i>Pull & Bear</i>	17
2.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli produk <i>Pull & Bear</i>	18
2.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli produk <i>Pull & Bear</i>	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20

3.2 Lingkup Penelitian.....	20
3.3 Sampel dan Populasi.....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi Operasional	24
3.5 Metode Analisa Data	27
3.5.1 SEM-PLS (<i>Structural Equation Model-Partial Least Square</i>).....	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	31
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	33
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan internet dalam seminggu.....	34
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan internet dalam sehari	34
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Platform Yang Digunakan	35
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden	36
4.2 Tahapan Pengujian Hipotesis Penelitian dengan SEM-PLS (<i>Structural Equation Model - Partial Least Square</i>).....	36
4.2.1 Merancang Model Struktural dan Model Pengukuran.....	37
4.2.2. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>)	38
4.2.2.1 Uji validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	38
4.2.2.2 Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	40
4.2.2.3 Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>)	42
4.2.3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
4.2.3.1 Uji R-Square	42
4.2.3.2 Nilai F-Square.....	43
4.2.4. Pengujian Hipotesis	44
4.2.4.1. Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap Citra Merek.....	45
4.2.4.2. Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli. .	45
4.2.4.3. Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli produk <i>Pull & Bear</i>	45
4.4 Pembahasan Hipotesis	47

4.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Citra Merek	47
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli	48
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap <i>purchase Intention</i>	49
BAB V KESIMPULAN.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.1.1 Profil Responden.....	51
5.1.2 Hasil Kesimpulan Hipotesis Penelitian dan Mediasi melalui <i>Partial Least Square</i>	52
5.2 Implikasi Manajerial.....	53
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	55
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahuli	13
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	33
Tabel 4. 4 Deskripsi Penggunaan Internet Dalam Seminggu	34
Tabel 4. 5 Deskripsi Penggunaan Internet Dalam Sehari	35
Tabel 4. 6 Deskripsi Platform yang Digunakan Responden	35
Tabel 4. 7 Deskripsi Pengeluaran perbulan Responden.....	36
Tabel 4. 8 Hasil Nilai <i>Outer loading</i>	39
Tabel 4. 9 Hasil Nilai AVE.....	40
Tabel 4. 10 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	40
Tabel 4. 11 Hasil The <i>Fornell Lacker Criteion</i>	41
Tabel 4. 12 Hasil Nilai <i>Composite Reliability</i>	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai <i>F-Square</i>	43
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	44
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>	46

DAFTAR GAMMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Peningkatan Pengguna Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Ulasan Produk <i>Pull & Bear</i>	3
Gambar 1. 3 Perkembangan Produk <i>Pull & Bear</i> Tahun 2015-2019	3
Gambar 1. 4 Contoh Produk <i>Pull & Bear</i>	4
Gambar 4. 1 Model Pengukuran Struktural dan Model Pengukuran Penelitian ...	37
Gambar 4. 2 Hasil Pengolahan PLS Algorithm Model Penelitian.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pilot Study	61
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 3 Kuesioner Asli	84
Lampiran 4 Data Responden.....	86
Lampiran 5 Data Kuesioner	103
Lampiran 6 Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	115
Lampiran 7 Jurnal Acuan	140



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PRODUK *PULL & BEAR* DI KALANGAN
MAHASISWA**

Disusun oleh:

Andrian Reinaldo William

Dosen Pembimbing:

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Perkembangan internet yang sedang berkembang ini membuat konsumen membuat forum yang membahas tentang sebuah produk, dalam forum tersebut konsumen membagikan pengalamannya dalam membeli dan memakai produk yang telah mereka beli, sehingga konsumen lain dapat mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut atas pengalaman konsumen lain yang telah dibagikan, fenomena ini dikenal sebagai *electronic word of mouth (ewom)*, dengan adanya *ewom* memudahkan sebuah perusahaan untuk menciptakan citra merek dan membentuk niat beli konsumen.

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui pengaruh *ewom* terhadap variable citra merek dan niat beli pada produk *fashion Pull & Bear*. Pada penelitian ini penulis mengambil 300 responden yang mengetahui produk *Pull & Bear* dan pernah membaca ulasan mengenai produk *Pull & Bear*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *ewom* terhadap variable citra merek dan niat beli. Variabel citra merek menjadi variable mediasi yang menghubungkan antara variable *ewom* terhadap variable niat beli.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Niat Beli