

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

Skripsi

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Feny Hartini

NPM: 18 03 23956

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**



Disusun oleh:

FENY HARTINI

NPM: 18 03 23956

Telah di setujui oleh:

Pembimbing:

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long vertical stroke, positioned to the right of the name.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



SURAT KETERANGAN

No. 230/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 10 Juni 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N.Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

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

Nama : Feny Hartini
NPM : 180323956

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

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.

PERNYATAAN

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

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT BELI KOPI JANJI JIWA

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

Yogyakarta, 10 Mei 2022

Yang menyatakan



Feny Hartini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Pengetahuan Produk pada Kopi Janji Jiwa Yogyakarta”.

Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat penulis dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis. Ucapan terima kasih ini penulis ucapkan secara khusus kepada:

1. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan pengarahan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. Selaku dosen pembimbing akademik yang membimbing penulis dalam menjalani masa perkuliahan.
3. Keluarga tersayang Papa, Mama, dan para adik-adik tercinta Fany Hartini, Denny Hartini, Sephia dan Steven yang selalu memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman TB, Desy Mayasari, Chaterine Angelina, Rita Valentine, Clarisa Putri Jaya, Pietha Tiara yang sudah menemani penulis sejak lama dan selalu mendukung penulis.
5. Agnes, Christine, dan Eva yang selalu mendukung penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. SS, Vivi, Fede, Nanat teman melala, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Kanaka, Jeje dan Yin sobat healingku selama penulisan skripsi ini.

8. Doni, Jeni, Fio, Lexi, Lim yang mendukung penulis saat pengerjaan dan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman LRD HMPSM 2016-2020 yang telah banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi.

Menyadari banyaknya kekurangan dari skripsi ini penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan penulis juga terbuka untuk menerima kritik dan saran dari semua pihak.

Yogyakarta, 10 Mei 2022

Penulis,



Feny Hartini

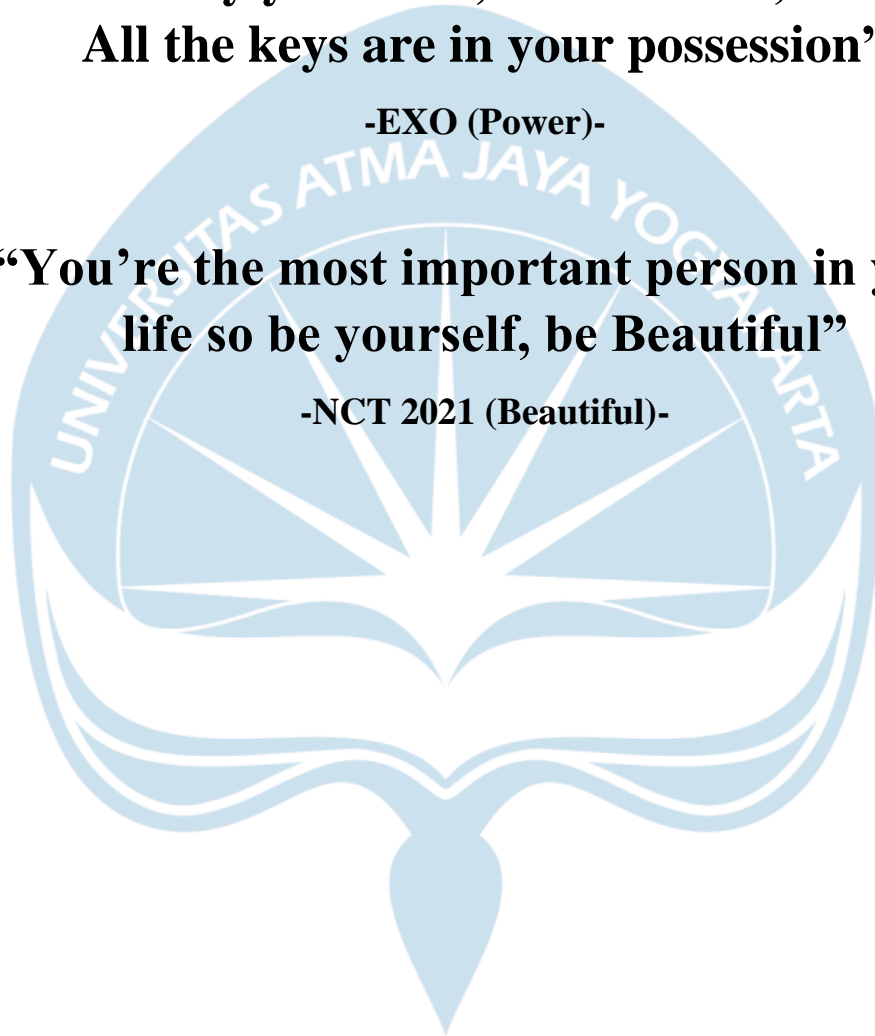
MOTTO

**“Your future depends on your imagination.
Throw away your fear, we can do it, it’s okay.
All the keys are in your possession”**

-EXO (Power)-

**“You’re the most important person in your
life so be yourself, be Beautiful”**

-NCT 2021 (Beautiful)-



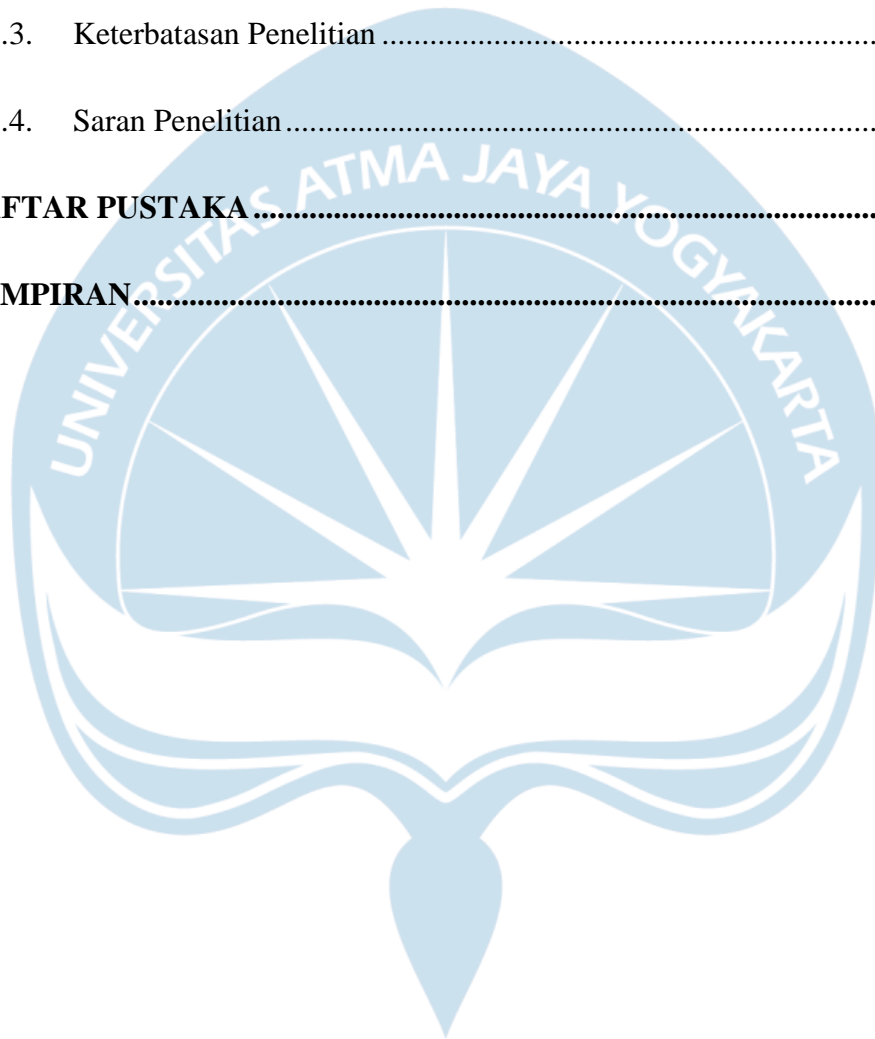
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. <i>Electronic Word of Mouth</i>	10
2.1.1. <i>Positive Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.2. <i>Negative Electronic Word of Mouth</i>	11
2.2. Pengetahuan Produk	12
2.3. Niat Beli	12
2.4. Kopi Janji Jiwa	13
2.5. Penelitian Terdahulu.....	13
2.6. Pengembangan Hipotesis	16
2.6.1. Pengaruh EWOM Positif Terhadap Niat Beli.....	16
2.6.2. Pengaruh EWOM Negatif Terhadap Niat Beli Konsumen.....	17
2.6.3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli.....	18
2.7. Model Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Objek Penelitian	19
3.2. Jenis dan Sumber Data	19
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.4. Metode Pengambilan Sampel.....	20
3.5. Teknik Pengumpulan Data	20
3.6. Metode Pengukuran Data	21

3.7.	Definisi Operasional.....	22
3.8.	Metode Analisis Data	26
3.8.1.	Model Pengukuran (Outer Model).....	26
3.8.2.	Model Struktural (Inner Model).....	28
3.8.3.	Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1.	Analisis Profil Responden	30
4.1.1.	Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.2.	Analisis Profil Responden Berdasarkan Umur	31
4.1.3.	Analisis Profil Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	32
4.1.4.	Analisis Profil Responden Berdasarkan Intensitas Membeli Kopi Janji Jiwa.....	33
4.2.	Analisis Partial Least Square Path Modelling (SEM-PLS).....	34
4.2.1.	Model Pengukuran (Outer Model).....	35
4.2.2.	Model Struktural (Inner Model).....	41
4.3.	Pengujian Hipotesis	42
4.4.	Pembahasan Hipotesis	44
4.4.1.	Pengaruh EWOM Positif Terhadap Niat Beli.....	44
4.4.2.	Pengaruh EWOM Negatif Terhadap Niat Beli	44
4.4.3.	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli.....	45

BAB V PENUTUP	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Implikasi Manajerial.....	47
5.3. Keterbatasan Penelitian	48
5.4. Saran Penelitian.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54

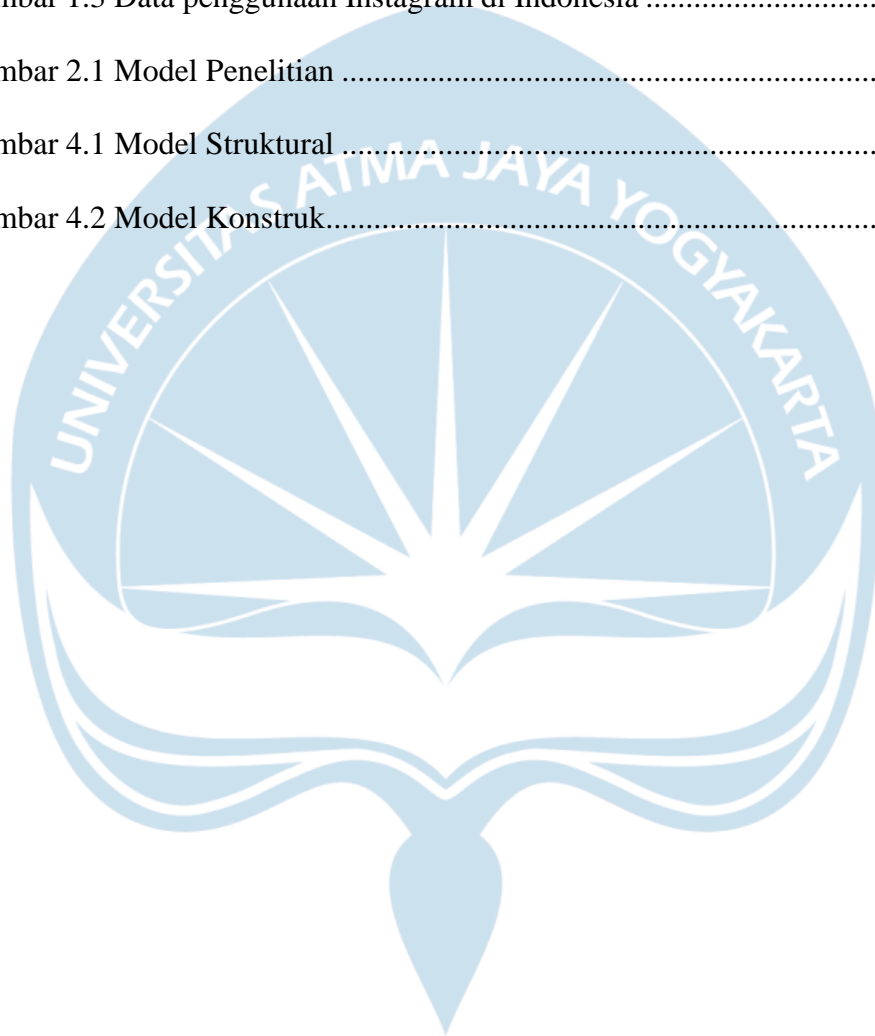


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional	22
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Usia	31
Tabel 4.3 Uang Saku per Bulan	32
Tabel 4.4 Intensitas Membeli Kopi Janji Jiwa.....	33
Tabel 4.5 Matriks <i>Outer Loading</i>	36
Tabel 4.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	37
Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i>	38
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	40
Tabel 4.9 Nilai <i>R Square Adjusted</i>	41
Tabel 4.10 Hasil Nilai f^2	41
Tabel 4.11 Hasil Q^2	42
Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i>	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data jumlah pengguna internet terbanyak di Asia	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.3 Data penggunaan Instagram di Indonesia	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 4.1 Model Struktural	34
Gambar 4.2 Model Konstruk.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	54
Lampiran II Data dan Jawaban Responden	58
Lampiran III Hasil Olah Data <i>SmartPLS</i>	74



**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

Disusun oleh:

Feny Hartini

NPM: 18 03 23956

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari *electronic word of mouth* serta pengetahuan produk terhadap niat beli konsumen Kopi Janji Jiwa. Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen dari Kopi Janji Jiwa. Pengujian model dalam penelitian ini menggunakan *partial least square path modelling* (SEM-PLS), dengan aplikasi *SmartPLS 3*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa EWOM positif dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli serta EWOM negatif yang tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Pengetahuan Produk, Niat Beli.