

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Nabil Abdulhafizh Wibowo

NPM: 18 03 24479

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

2022

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI**



Disusun oleh :

Nabil Abdulhafizh Wibowo

NPM : 180324479

Telah disetujui Oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Diah', written over the name 'Th. Diah Widastuti SE., M.Si.'.

Th. Diah Widastuti SE., M.Si.

(12 Oktober 2022)

Skripsi

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Nabil Abdulhafizh Wibowo
NPM : 18 03 24479

Telah dipertahankan didepan panitia penguji

Pada tanggal 11 November 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji



W. Mahestu N. Krisjanti, S.E., M. Sc.IB., Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.



Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Yogyakarta, 7 Desember 2022

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI

Benar – benar 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 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 ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Bandung, September 2022

Yang menyatakan



Nabil Abdulhafizh Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Tempat Sewa Kendaraan di Bali**” ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ini saya mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Th. Diah Widiastuti SE., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kasih meluangkan waktu, selalu memotivasi serta membimbing dalam menyelesaikan skripsi dengan kesabaran dan selalu memberikan saran dan masukan yang membangun.
2. Rektor beserta segenap dosen Universitas Atma jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberi ilmu dan juga masukan selama masa studi
3. Keluarga kecil penulis yang sangat berharga (Bunda, Daddy dan Enin) yang selalu memanjatkan doa serta memberikan dorongan dan dukungan untuk terus berusaha dengan tekun menyelesaikan skripsi ini.
4. Rekan saya Alya Nurhasna yang selalu membantu, membimbing, memberikan masukan dan selalu ada untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Teman – teman Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selalu memberikan semangat dan masukan untuk penulis
6. Teman – teman dari Bandung yang selalu mendukung penulis dalam hal apapun termasuk skripsi ini; Eky, Dodot, Sem, Pije, Alvin, Faza dkk.

7. Teman – teman kuliah saya yang dari awal hingga akhir kerap membantu memberikan dorongan dan masukan kepada penulis dalam skripsi ini; Yovlyn, Ansi, Titi, Candra dan Bogel.
8. Teman – teman satu hobi yang juga membantu penulis dan selalu mengingatkan penulis dalam skripsi ini; Anggak, Ricky, Mas Tian Yuda, Lazim, Boa, Rendy, Gungwah, Deny, Adis, Adit, Dika, Reza, Jarot, Farel, Edo, Mas Nanda dkk.
9. Teman – teman kopi cukil Bali yang memberikan dukungan dan juga tempat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini; Teguh, Andre, Krisna, Legra, Kiin, Andimen dan Rendi.
10. Keluarga angkat di Bali yang selalu membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini; Om Yezki, Ka Priti, Ka Niena dan Ade Satria
11. Responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang memberikan dukungan, bantuan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, September 2022

Yang menyatakan



Nabil Abdulhafizh Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Kajian Pustaka	26
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	26
2.1.2 Citra Merek	28
2.1.3 Minat Beli.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Berpikir	39

2.4	Hipotesis.....	40
2.4.1	Pengaruh e-WOM terhadap Citra Merek	40
2.4.2	Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli	41
2.4.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		44
3.1	Lingkup Penelitian.....	44
3.1.1	Objek dan Subjek Penelitian	44
3.1.2	Lokasi Penelitian	44
3.2	Desain Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.4	Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel.....	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6	Metode Analisis Data.....	49
3.6.1	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	49
3.6.2	<i>Goodness of Fit</i>	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Analisis Profil Responden.....	53
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Internet	55
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Instagram..	56
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	57
4.2	Analisis SEM-PLS.....	58

4.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.3.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	59
4.3.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	61
4.3.3	Uji <i>Composite Reliability</i>	63
4.4	Evalusasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
4.5	Pengujian Hipotesis	64
4.5.1	Pengaruh e-WOM terhadap Citra Merek	65
4.5.2	Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli	65
4.5.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	66
4.6	Pembahasan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Pengaruh e-WOM terhadap Citra Merek	67
4.6.2	Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli	68
4.6.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	68
BAB V PENUTUP		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi Manajerial	72
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	73
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Internet	55
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Instagram	56
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	57
Tabel 4.6 <i>Factor Loadings / Outer Loadings</i>	59
Tabel 4.7 Hasil AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	60
Tabel 4.8 <i>Cross Loadings</i>	61
Tabel 4.9 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	62
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i>	63
Tabel 4.11 <i>R-square Adjusted</i>	63
Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	40
Gambar 4.1 Model Struktural.....	58
Gambar 4.2 Model Konstruk.....	59
Gambar 4.3 Model Konstruk <i>Bootstrapping</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Kuesioner	82
Lampiran 3. Hasil Analisis SEM-PLS	87
Lampiran 4. Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	87
Lampiran 5. Hasil Uji Discriminant Validity	88
Lampiran 6. Hasil Uji Composite Reliability.....	89
Lampiran 7. Hasil Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	89
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	90

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN MINAT BELI PADA TEMPAT SEWA KENDARAAN DI BALI**

Disusun oleh:

Nabil Abdulhafizh Wibowo

NPM: 18 03 24479

Pembimbing

Th. Diah Widiastuti SE., M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra merek dan minat beli pada tempat sewa kendaraan di Bali. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan *Google Form*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menyewa kendaraan motor atau mobil di Bali. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Nilai *R-square Adjusted* citra merek sebesar 0,37 sedangkan minat beli sebesar 0,423. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: e-WOM, citra merek, minat beli.