

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PADA RESTORAN AYAM GORENG CEPAT
SAJI DI KOTA YOGYAKARTA**

Tugas Akhir Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Giovanni Hebert Immanuel Unpapar

NPM : 19 03 24620

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PADA RESTORAN AYAM GORENG CEPAT
SAJI DI YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

Giovanni Hebert Immanuel Unpapar

19 03 24620

Telah di baca dan di setuju oleh:

Pembimbing


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D

16 Mei 2023

Skripsi

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN
NIAT BELI PADA RESTORAN AYAM GORENG CEPAT SAJI DI KOTA
YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Giovanni Hebert Immanuel Unapar

NPM: 19 03 24620

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 6 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Dr. Jeanne Ellyawati, MM.


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


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

**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:

Nama : Giovanni Hebert Immanuel Unparar

Npm : 19 03 24620

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

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA RESTORAN AYAM GORENG CEPAT SAJI DI YOGYAKARTA**” adalah hasil karya sendiri. Pernyataan, kutipan langsung maupun tidak langsung dan ide yang bersumber dari tulisan atau gagasan orang lain telah saya cantumkan kedalam daftar isi secara tertulis dalam skripsi ini.

Apabila di masa depan terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun seluruh isi dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Mei 2023



Giovanni Hebert Immanuel Unparar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, Rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek dan Niat Beli Pada Restoran Ayam Goreng Cepat Saji di Yogyakarta” sebagai pemenuhan atau tugas akhir untuk menempuh gelar Sarjana Strata 1 jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada pengerjaan tugas akhir ini terdapat tantangan dan kesulitan yang dialami penulis. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih pada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kuasa dan penyertaan-Nya yang selalu menyertai dan mendampingi serta menolong penulis dalam kehidupan penulis.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D. selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan kepada penulis dalam pembuatan skripsi.
3. Keluarga tercinta dan tersayang (Papa, Mama, Adik) yang selalu mendukung dan memberikan semangat dan doa yang tidak putus agar penulis selalu berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Theresia Chaterine Jones yang selalu menemani penulis dalam kesehariannya

5. Seluruh teman teman dari kelas C semester satu yang selalu menghibur dan memberikan petunjuk dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi
6. Rudita Cahya Nadila dan Marcelino Kartolo yang selalu menemani dari awal perkuliahan hingga penghujung perkuliahan
7. Seluruh teman teman dari masa SMA yang selalu menghibur dan memberikan semangat dan juga arahan.
8. Seluruh teman kost Zamzam putra (Hadyan, Maskub, Irfan, Gido) yang selalu ada disaat genting.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi, kasih sayang dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas kesalahan yang telah dilakukan apabila terdapat kata ktata yang kurang berkenan dihati semua pihak dan semoga melalui penyusunan skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 14 Mei 2023



Giovanni Hebert Immanuel Unparar

HALAMAN MOTTO

**Bukan tentang bisa atau tidaknya,
tapi mau atau tidaknya.**



**Kamu bukan adonan donat yang di diemin
bisa berkembang sendiri**

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTTO	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
Abstrak	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>WOM (Word of Mouth)</i>	9
2.2 <i>E-WOM (Electronic Word of Mouth)</i>	10
2.3 Merek	11
2.4 Citra Merek	12
2.5 Niat Beli	13
2.6 Kerangka Penelitian	13
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Bentuk Penelitian	24
3.2 Lokasi Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Metode Pengukuran Data	26
3.6 Metode Pengujian Instrumen	28
3.7 Metode Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.2 Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	37
4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	38
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	43
4.5 Analisis Uji Beda Penilaian <i>E-WOM</i> , Citra Merek dan Niat Beli.	45
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	51
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58
KUESIONER GOOGLE FORM	58
DATA IDENTITAS RESPONDEN	63
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	74
UJI ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA	79
UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	84
UJI SAMPEL T-TEST.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet dibandingkan dengan total populasi dunia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2 Alasan pengguna internet menggunakan internet ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	14
Gambar 3. 1 Pengaruh e-WOM terhadap Citra Merek	31
Gambar 3. 2 Pengaruh e-WOM terhadap Niat Beli	31
Gambar 3. 3 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	31
Gambar 3. 4 Pengaruh e-WOM dan Citra Merek terhadap Niat Beli.....	32
Gambar 3. 5 Pengaruh Mediasi Citra Merek terhadap e-WOM dan Niat Beli	34
Gambar 4. 1 Model Hubungan antara E-WOM, Citra Merek dan Niat Beli	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Gambaran Penggunaan Internet per Januari 2023	1
Tabel 1. 2	Alasan Penggunaan Internet per Januari 2023	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1	Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Skala	27
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 3. 3	Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 4. 1	Hasil Analisis Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4. 2	Hasil Analisis Karakteristik Demografi Berdasarkan Usia Responden	38
Tabel 4. 3	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh E-WOM terhadap Citra Merek	39
Tabel 4. 4	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh E-WOM terhadap Niat Beli	40
Tabel 4. 5	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	41
Tabel 4. 6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh E-WOM dan Citra Merek terhadap Niat Beli.	42
Tabel 4. 7	Hasil Analisis Mediasi	43
Tabel 4. 8	Hasil Uji Beda Independent Sample T-test berdasarkan Usia terhadap E-WOM, Citra Merek dan Niat Beli	45
Tabel 4. 9	Hasil Uji Beda Independent Sample T-test berdasarkan Jenis Kelamin terhadap E-WOM, Citra Merek dan Niat Beli	46

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP CITRA
MEREK DAN NIAT BELI PADA RESTORAN AYAM GORENG CEPAT
SAJI DI YOGYAKARTA**

Giovanni Hebert Immanuel Unparar¹, Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D²

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta¹Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta²

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsaro 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan citra merek terhadap niat beli pada restoran ayam goreng cepat saji di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada masyarakat di Yogyakarta yang pernah/menggunakan media sosial. Metode *purposive sampling* adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan program pengolahan data SPSS versi 29. Hasil penelitian ini menyatakan *electronic word of mouth* dan citra merek berpengaruh terhadap niat beli dan citra merek dapat memediasi pengaruh dari *electronic word of mouth* terhadap niat beli

Kata kunci: *Electronic word of mouth, Citra merek, Niat beli*