

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MIXUE**

Skripsi

**Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

Katarina Bela Belinda Nugraha

NPM : 190324965

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MIXUE *ICE CREAM & TEA*
DI YOGYAKARTA**

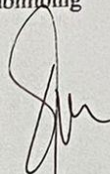
Disusun oleh :

Katarina Bela Belinda Nugraha

NPM : 190324965

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Skripsi

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MIXUE**

Katarina Bela Belinda Nugraha

NPM : 190324965

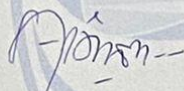
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 12 Juli 2023

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi Manajemen**

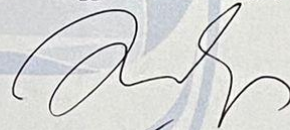
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

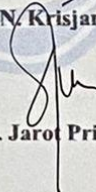


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 15 Juli 2023

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 skripsi

dengan judul:

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
PENGETAUHAN PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
MIXUE**

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, 8 Juni 2023

Yang menyatakan



Katarina Bela Belinda Nugraha

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Pengetahuan Produk terhadap niat beli konsumen Mixue”.

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. Alm. Yacobus Nurdiana dan Alm. Serafika Tutriyanti selaku kedua orang tua penulis yang memberikan dukungan dalam bentuk doa dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga tersayang, kakak saya Sirilus Andhika Ardi Nugraha dan istrinya Citra Christina Sirait yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman saya, Dita, Clara IB, Banu, Adit, Okta, Angga, Patrice, Bryan, yang sudah menemani penulis dari awal mulai hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman LRD HMPSM 2020-2022 yang telah banyak memberikan pengalaman, tanggung jawab, dan pembelajaran kepada penulis.
6. Sahabat tersayang, Karisa Kenya Sistaningrum dan Michelle yang sudah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini selesai tepat waktu.
7. Pemilik NPM 190425165 yang telah membersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat saya disebutkan satu persatu selama proses penulisan skripsi ini.

9. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

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, 8 juni 2023



Katarina Bela Belinda Nugraha



MOTTO

**“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dan penuh kepercayaan,
kamu akan menerimanya”**

Matius 21:22

“Karena Masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.”

Amsal 23:18

“Scary news is: you’re on your own now.

Cool news is: you’re on your own now.

*I leave you with this: We are led by our gut instincts, our intuition, our desires
and fears, our scars and our dream. And you will screw it up sometimes.
Anyway... hard things will happen to us. We will recover. We will learn from it,
we will grow more resilient because of it”*

(Taylor Alison Swift – NYU Graduations Speech, 2022)

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Tuhan Yesus dan Bunda Maria

Keluarga Terkasih

Sahabat dan teman-teman seperjuangan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Electronic Word of Mouth	8
2.1.1 Positive Electrical Word of Mouth	8
2.2 Pengetahuan Produk.....	9
2.3 Niat Beli.....	9
2.4 Mixue Ice Cream &Tea	9
2.5 Penelitian Terdahulu	10
2.6 Pengembangan Hipotesis	12
2.6.1 Pengaruh EWOM Positif Terhadap Niat Beli	12
2.6.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli	13
2.7 Model Penelitian	13
BAB III	16
METODE PENELITIAN	16
3.1 Objek Penelitian.....	16
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	16
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	16
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.6 Metode Pengukuran data.....	17

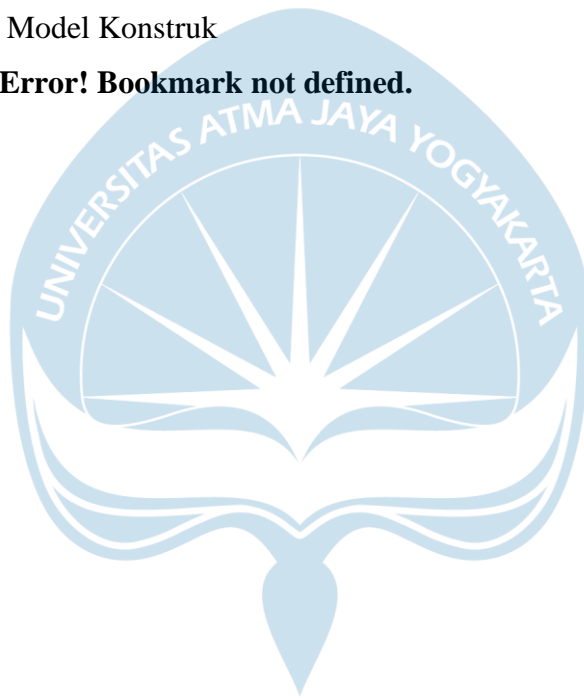
3.7 Definisi Operasional	18
3.8 Metode Analisis Data.....	25
3.8.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	25
3.8.2. Model Struktural (Inner Model).....	26
3.8.3. Uji Hipotesis	27
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Analisis Profil Responden.....	28
4.1.1. Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.2. Analisis Profil Responden Berdasarkan Usia	29
4.1.3. Analisis Profil Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	30
4.1.4. Analisis Profil Responden Pembeli Mixue Ice Cream & Tea.....	31
4.2 Analisis Partial Least Square Path Modelling (SEM-PLS).....	31
4.2.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Model Struktural (Inner Model).....	37
4.3 Pengujian Hipotesis	38
4.4. Pembahasan Hipotesis.....	40
4.4.1. Pengaruh EWOM Positif Terhadap Niat Beli	40
4.4.2. Pengaruh EWOM Negatif Terhadap Niat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.4.3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli	40
BAB V	41
PENUTUP	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Implikasi Manajerial	42
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	43
5.4. Saran Penelitian	43
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1	Definisi Operasional.....	18
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin	28
Tabel 4. 2	Usia.....	29
Tabel 4. 3	Uang Saku per bulan	30
Tabel 4. 4	Intensitas Membeli Mixue Ice Cream & Tea	31
Tabel 4. 5	Matriks <i>Outer Loading</i>	32
Tabel 4. 6	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	33
Tabel 4. 7	<i>Cross Loading</i>	34
Tabel 4. 8	<i>Composite Reliability</i>	36
Tabel 4. 9	Nilai <i>R Square Adjusted</i>	37
Tabel 4. 10	Hasil Nilai f^2	37
Tabel 4. 11	Hasil Q2.....	38
Tabel 4. 12	<i>Path Coefficients</i>	38

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 pengguna Instagram di Indonesia	3
Gambar 2. 1	Model Penelitian.....	13
Gambar 4. 1	Model Struktural	
	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4. 2	Model Konstruk	
	Error! Bookmark not defined.	



PENGARUH WORD OF MOUTH DAN PENGETAUHAN PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN MIXUE

Disusun oleh:

Katarina Bela Belinda Nugraha

NPM: 190324965

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 Mixue. Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen dari Mixue *Ice Cream & Tea*. Pengujian model dalam penelitian ini menggunakan *partial least square path modelling* (SEM-PLS), dengan aplikasi *SmartPLS 4*. 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