

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KULINER BATAGOR GOYANG LIDAH
JALAN UDAYANA
SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh
Brilliant Wigi Listiantomi
NIM 1817041116**

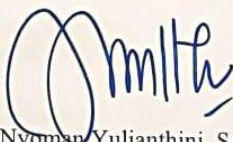
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI

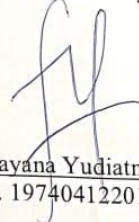
Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Fridayana Yudiatmaja, M.Sc
NIP. 197404122010121001

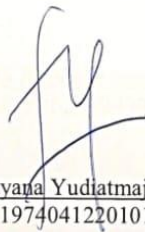
Skripsi oleh Brillian Wigi Listiantomi
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 29 Juni 2022

Dewan Penguji



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Fridayana Yudiatmaja, M.Sc
NIP. 197404122010121001

(Anggota)



Rahutama Atidira S.T., M.M
NIP. 198805032018031001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 29 Juni 2022

Mengetahui,

Ketua Penguji,

Sekretaris Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIP.197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Batagor Goyang Lidah Jalan Udayana Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 2021

Yang membuat pernyataan,



Brilliant Wigi Listiantomi

1817041116

MOTTO

**“KEGAGALAN DALAM HIDUP TERJADI JIKA
TIDAK ADA LAGI MASA DEPAN YANG
DIPERJUANGKAN”**

Berjalan, berjuang, berdoa bersama Allah S.W.T

BRILLIAN WIGI L



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T, karena atas berkat dan karunianya lah skripsi dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Batagor Goyang Lidah Jl. Udayana Singaraja”** dapat terselesaikan oleh penulis dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis sangat bersyukur dan mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha
- 3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan arahan, petunjuk, saran, dan motivasi dengan penuh tanggung jawab kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- 6) Fridayana Yudiatmaja, M.Sc., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan arahan, petunjuk, saran, dan motivasi dengan penuh tanggung jawab kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- 7) Rahutama Atidira, S.T., M.M selaku pembimbing akademik yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dan motivasi selama menempuh perkuliahan
- 8) Bapak Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.

- 9) Kepala Tata Usaha serta staf di Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis memberikan informasi serta proses administrasi selama perkuliahan.
- 10) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang diperlukan selama penyusunan skripsi ini.
- 11) Kepada pemilik usaha batagor goyang lidah yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
- 12) Kepada kedua orang tua tercinta Misrawi dan Sulistini, adik Yobi Wilandanu Mukharobin, beserta saudara dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan perhatian, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 13) Kepada teman-teman Jurusan Manajemen 2018. Program Beasiswa Bank Indonesia yang telah memberikan pelatihan hard skill dan soft skill serta wadah berkreatifitas melalui komunitas Generasi Baru Indonesia.
- 14) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis mengharapkan adanya saran, kritik, dan masukan dari pembaca yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca.

Singaraja, 23 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoretis	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	10
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.2 <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.2.1 Definisi <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.2.2 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	11
2.1.2.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.3 Citra Merek	13
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	13

2.1.3.2 Dimensi Citra Merek	13
2.1.3.3 Indikator Citra Merek	14
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1 Hubungan <i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.2 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	19
2.3.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	19
2.4 Kerangka Berpikir	20
2.5 Hipotesis Penelitian	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.1.1 Tempat Penelitian	23
3.2 Rancangan Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	24
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	26
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian	27
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data	29
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	29
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	32
3.9 Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data	34
4.2 Pengujian Asumsi	35
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	35
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	39
4.2.3 Koefisien Determinasi	41
4.3 Pengujian Hipotesis	42
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	43
4.5 Implikasi	48
 BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	50
5.2 Simpulan	52
5.3 Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	 53
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Omset Penjualan Batagor Goyang Lidah	3
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.1 (Lanjutan) Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.1 (Lanjutan) Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Variabel, Definisi variabel, Indikator, dan Skala Ukur	25
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Gambaran Data Responden	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>One-Sample</i> <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka berpikir <i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Normal P-Plot Regression</i>	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	38
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01: Omset Penjualan Batagor Goyang Lidah	58
Lampiran 02: Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 03. Tabulasi Data Kuesioner	62
Lampiran 04. Output SPSS 20	66

