

**PERAN *BRAND IMAGE* MEMEDIASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI DATEL SINGARAJA**

**SKRIPSI**

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



**OLEH  
KADEK OKTAPIANI  
NIM 1817041097**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2022**

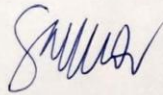
**SKRIPSI**

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

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**



**Ni Luh Wayan Savang Telagawathi, S.E., M.Si.   Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M  
NIP. 197611102014042001                      NIP. 198505042015042001**

Skripsi oleh Kadek Oktapiani  
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal 06 Juli 2022.

Dewan Penguji,



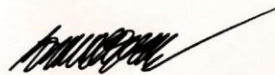
Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.  
NIP. 198505042015042001

(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

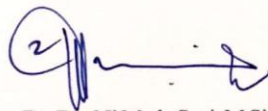
Pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 06 Juli 2022

**Mengetahui,**

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian



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



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M  
NIP. 1983092120150041001

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



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

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Peran *Brand Image* Memediasi *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel 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 risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 14 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Kadek Oktapiani  
NIM. 1817041124



## KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi dengan baik.

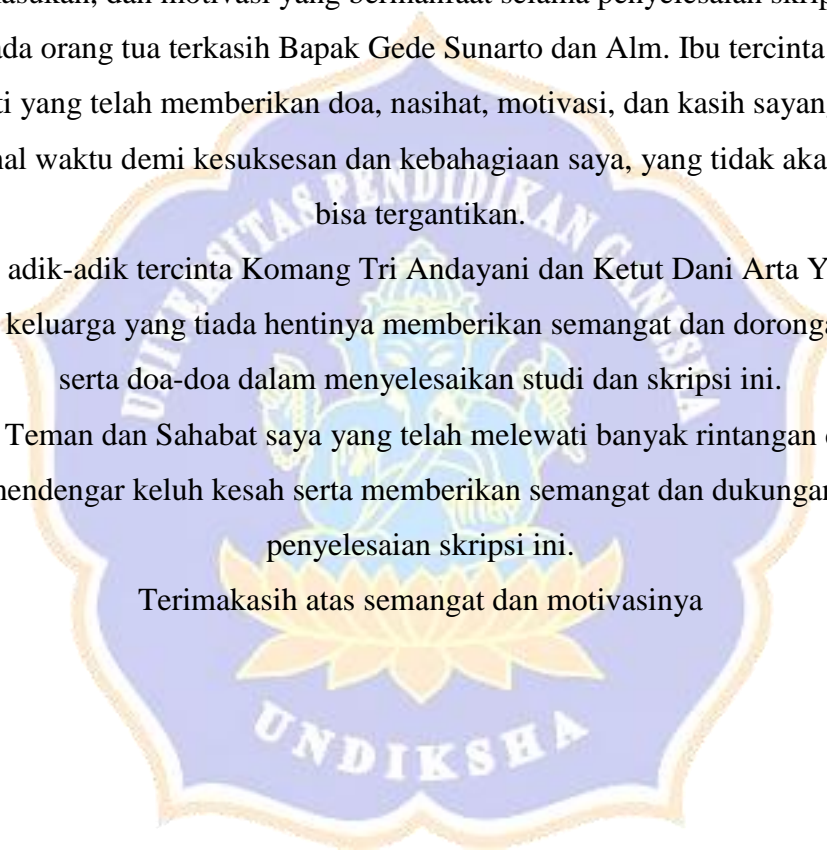
Kepada Ibu Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si. selaku pembimbing I dan Ibu Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan, dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Kepada orang tua terkasih Bapak Gede Sunarto dan Alm. Ibu tercinta Made Arniati yang telah memberikan doa, nasihat, motivasi, dan kasih sayang tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak akan pernah bisa tergantikan.

Kepada adik-adik tercinta Komang Tri Andayani dan Ketut Dani Arta Yogi serta seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan semangat dan dorongan moral serta doa-doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.

Kepada Teman dan Sahabat saya yang telah melewati banyak rintangan dan yang setia mendengar keluh kesah serta memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih atas semangat dan motivasinya



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul “**Peran *Brand Image* Memediasi *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja**”. Adapun tujuan dari penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., 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 Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si. selaku Pembimbing I yang dengan segala ketulusan dan tanggung jawab telah memberikan arahan, bimbingan, masukan serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi dalam perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses pengimputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan nilai perkuliahan.

9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Orang tua (Bapak Gede Sunarto dan Alm Ibu tercinta Made Arniati), kepada adik-adik tercinta Komang Tri Andayani dan Ketut Dani Arta Yogi. Kepada paman Nyoman Sadiada, Ketut Mudita, Ketut Redika serta seluruh keluarga yang tiada henti memberikan dukungan moral, motivasi dan doa yang terbaik bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Pada teman-teman Kelas G Manajemen dan VII A Pemasaran lainnya, serta mahasiswa di lingkungan Jurusan Manajemen yang memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat tersayang yang senantiasa ada Nita Prianti, Nadya Aprillia, Ari Karisma, Diah Sekar dan Aryawati yang telah membantu dalam penyusunan skripsi, memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu perlu mengharapkan saran dan perbaikan dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang.

Singaraja, 20 April 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
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	5
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	9
2.2 <i>Word of mouth</i> .....	10
2.2.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	10
2.2.2 Dimensi <i>Word of Mouth</i> .....	10
2.2.3 Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	11
2.3 <i>Brand Image</i> .....	11
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	12
2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	12
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	13
2.4 Kajian hasil Penelitian yang Relevan.....	13

2.5 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.5.1 Hubungan <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.5.3 Hubungan <i>Word of mouth</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	18
2.5.4 Hubungan <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i> .....	18
2.6 Kerangka Berfikir.....	19
2.7 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian .....	21
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
3.3.1 Populasi Penelitian.....	22
3.3.2 Sampel Penelitian.....	22
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	23
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	25
3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	25
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	26
3.6.1 Uji Validitas .....	26
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis .....	29
3.9 Pengujian Mediasi.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Deskripsi Data.....	34
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	34
4.3 Hasil Penelitian .....	36
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	40

4.4.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja .....	40
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja .....	42
4.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Produk Indihome di Datel Singaraja.....	43
4.4.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja Melalui <i>Brand Image</i> .....	44
4.5 keterbatasan hasil penelitian .....	46
4.6 Implikasi.....	46
BAB V PENUTUP.....	48
5.1 RINGKASAN .....	48
5.2 SIMPULAN .....	49
5.3 SARAN .....	50
DAFTAR RUJUKAN .....	51
LAMPIRAN.....	55



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i> Kategori ISP ( <i>Internet Service Provider</i> ) <i>Fixed</i> .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Indihome di Datel Singaraja .....	3
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	14
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan (Lanjutan).....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pengguna Indihome di Datel Singaraja Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pengguna Indihome di Datel Singaraja Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.3 Output SPSS Analisis Jalur Peran <i>Word of Mouth</i> Memediasi <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja.....	37
Tabel 4.4 Sumbangan Pengaruh <i>Word of Mouth</i> ( $X_1$ ) dan <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Indihome Di Datel Singaraja .....	39

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Peran <i>Brand Image</i> Memediasi <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja.....	21
Gambar 3.1 Sub-Struktural Pengaruh $X_1$ Terhadap Y.....	31
Gambar 3.2 Sub-Struktural Pengaruh $X_2$ Terhadap Y.....	32
Gambar 3.3 Sub-Struktural Pengaruh $X_1$ Terhadap $X_2$ .....	33
Gambar 3.4 Sub-Struktural Pengaruh $X_1$ Terhadap Y Melalui $X_2$ .....	34
Gambar 4.1 Struktural pengaruh <i>word of mouth</i> dan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian .....	39





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 01: Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 02: Deskripsi Data Responden .....	60
Lampiran 03: Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden .....	61
Lampiran 04: Hasil Data Interval Pernyataan Responden .....	66
Lampiran 05: Hasil Uji Validitas .....	69
Lampiran 06: Hasil Uji Reliabilitas .....	71
Lampiran 07: Output Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	73

