

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
BELANJA ONLINE DI PLATFORM
TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Mengikuti

Ujian Skripsi



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

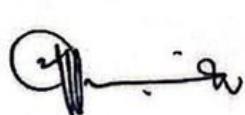
2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPIAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Made Putri Ariasih, S.Si.,M.M.
NIP. 199112192022032010

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi oleh Kadek Pendy Wirata Kusuma
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 2 Maret 2023

Dewan Penguji,

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

(Ketua)

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

(Anggota)

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

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 2 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,


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

Sekretaris Ujian,


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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Belanja *Online* di Platform TikTok Shop" 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, 31 Mei 2023

membuat pernyataan



Indra Cahya Pratama

NIM. 1917041139

PRAKATA

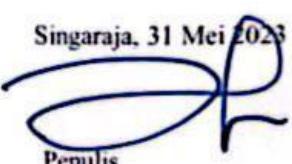
Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Belanja online di Platform TikTok Shop”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Bapak Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., Selaku Korprodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Made Putri Ariasih, S.Si., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan motivasi dan juga bantuan selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pelanggan *platform* TikTok Shop Kabupaten Buleleng yang telah membantu memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan selalu memotivasi untuk lebih baik kedepannya.
9. Orang tua dan keluarga yang sudah memberikan dukungan, dorongan serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang terdekat dan teman-teman yang telah memberikan bantuan sehingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 31 Mei 2023



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN	1
-------------------------	---

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	9
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11

BAB II KAJIAN TEORI	12
---------------------------	----

2.1. Citra Merek	12
2.1.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.2. Dimensi Citra Merek	13
2.1.3 Indikator Citra Merek	13
2.2 Electronic Word of Mouth	14
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.2.2 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.2.3 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.3 Keputusan Belanja	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Belanja	17
2.3.2 Dimensi Keputusan Belanja	17
2.3.3 Indikator Keputusan Belanja	18
2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	19
2.5 Hubungan antara Variabel	22

terhadap Keputusan Belanja	22
2.5.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Belanja.....	22
2.5.3 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Belanja	23
2.6 Kerangka Berpikir	24
2.7 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.3 Populasi Dan Sampel.....	27
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data	29
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	29
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	30
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.7 Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Data Penelitian	39
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	40
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	40
4.2.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	43
4.2.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	45
4.3 Pengujian Hipotesis	45
4.3.1 Pengaruh Citra Merek (X ₁) dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (X ₂) terhadap Keputusan Belanja (Y)	46
4.3.2 Pengaruh Citra merek (X ₁) Terhadap Keputusan belanja (Y) ...	46
4.3.3 Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> (X ₂) Terhadap Keputusan belanja(Y)	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Belanja	47

4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Belanja.....	49
4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Belanja	51
4.5 Implikasi Penelitian	52
BAB V <u>PENUTUP</u>	54
5.1 Rangkuman.....	54
5.2 Simpulan.....	55
5.3 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	67



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Pelanggan <i>Online</i> di <i>platform</i> TikTok Shop Berdasarkan Umur	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Pelanggan <i>Online</i> di <i>platform</i> TikTok Shop Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Smirnov Test.....	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Data Negara Pengguna Aplikasi TikTok Terbanyak di Dunia Pada Tahun 2020	2
Gambar 2. 1 Konsep Pemikiran Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i> di Platform TikTok Shop	24
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 0 1. Data pengguna aplikasi TikTok Terbanyak di Dunia Tahun 2020	62
Lampiran 0 2. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 0 3. Tabulasi Data Responden	66
Lampiran 0 4. Deskripsi Data Responden.....	74
Lampiran 0 5. Hasil Uji Instrumen Kuesioner	74
Lampiran 0 6. Hasil Uji Asumsi Klasik dari Variabel Citra Merek (X1), <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) dan Keputusan Belanja (Y).....	80
Lampiran 0 7. Hasil Analisi Regresi Linear Berganda, Pengaruh Citra Merek dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Belanja.....	82

