

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-WOM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP
ASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
Yemima Siskia Angelina
NIM 2017041086**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2024

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

Skripsi oleh Yemima Siskia Angelina ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 15 Maret 2024

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



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

(Anggota)



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

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 15 Maret 2024

Menyetujui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” beserta seluruh isinya adalah 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 saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 15 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Yemima Siskia Angelina

NIM. 2017041086

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. dan Bapak Rahutama Atidira, S.T., M.M. yang selalu dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi dan telah mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada keluarga yang saya sayangi Muhammad Daud (Bapak), Dessy (Ibu), Yossia Evangeline Daud (Adik), Lionel Eliezer Daud (Adik), untuk doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang yang terus diberikan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya. Terima kasih untuk segenap cinta, doa, semangat, dukungan, nasihat, dan kasih sayang yang senantiasa selalu mengiringi langkah perjalanan hidup saya.

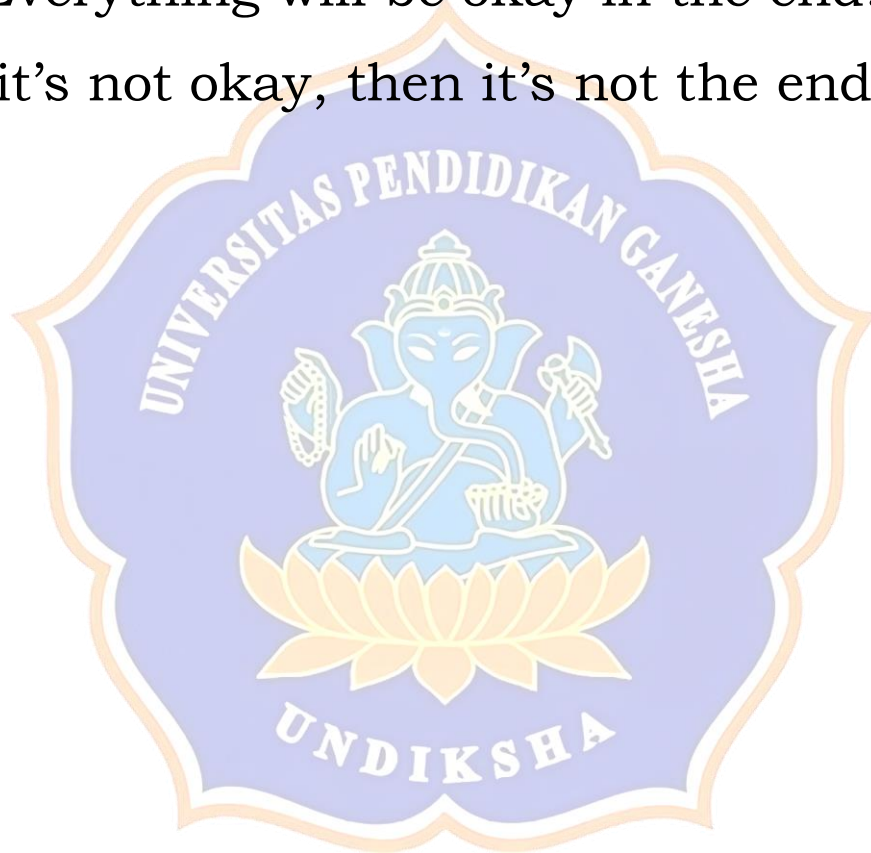
Kepada teman-teman dan sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan doa selama proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semangat, petunjuk, dan motivasi kalian.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kebahagiaan, berkat, anugerah pada kita semua.

Terima kasih.

MOTTO

“Everything will be okay in the end. If
it’s not okay, then it’s not the end”



PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

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

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawa, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA., CPA. selaku dekan Fakultas Ekonomi.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I saya yang selalu dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M. selaku Pembimbing II saya yang selalu dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Drs. Wayan Cipta, M.M. selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa terbuka untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menjalani masa perkuliahan di Universitas Pendidikan Ganesha.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

9. Kedua orang tua tercinta, Muhammad Daud dan Dessy, serta adik-adik tersayang Yossia Evangeline dan Lionel Eliezer yang tiada henti memberikan semangat, motivasi, dorongan moral dan doa yang terbaik untuk penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi.
10. Kepada sahabat penulis Sulis, Ika, Yuta, Kaly, Erza, Risma, Aruni, serta Yola yang selalu menemani dan memotivasi dari awal perkuliahan hingga membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Pada kelas F Manajemen tahun 2020, A Pemasaran, teman SMA dan *online*, lagu Yoasobi dan Laufey yang menemani dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Pada pemilik NIM 1910413046 mahasiswa UPNVJ, terima kasih telah senantiasa sabar menghadapi sikap penulis, menjadi penghibur dan pendengar keluh kesah, memberi semangat, doa, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk Mima, penulis sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini dalam menyelesaikan skripsi dan studi S1 Manajemen ini.

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, 15 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	6
1.3 Pembatasan masalah.....	6
1.4 Rumusan masalah	7
1.5 Tujuan penelitian	7
1.6 Manfaat hasil penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Keputusan pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian keputusan pembelian	9
2.1.2 Faktor-faktor keputusan pembelian.....	11
2.1.3 Indikator keputusan pembelian.....	14
2.2 <i>Brand image</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>brand image</i>	15
2.2.2 Faktor-faktor terbentuknya <i>brand image</i>	15
2.2.3 Indikator terbentuknya <i>brand image</i>	16
2.3 <i>Electronic word of mouth (E-WOM)</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>electronic word of mouth (E-WOM)</i>	17
2.3.2 Karakteristik <i>electronic word of mouth (E-WOM)</i>	18
2.3.3 Indikator <i>electronic word of mouth (E-WOM)</i>	18
2.4 Kajian hasil penelitian yang relevan.....	19

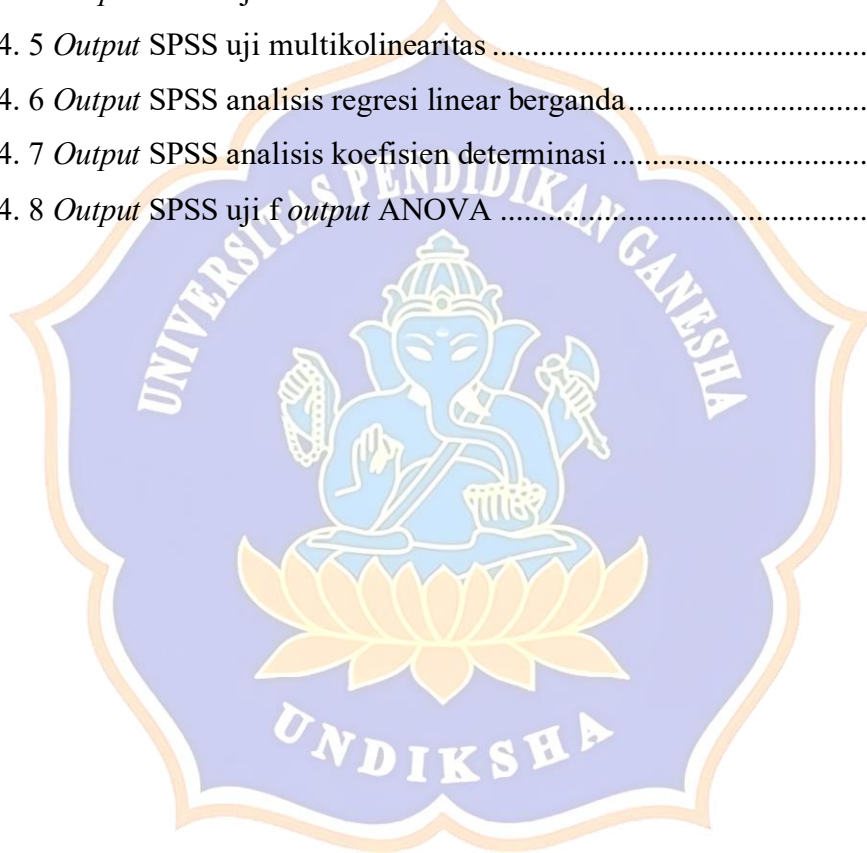
2.5 Hubungan antara variabel	24
2.5.1 Hubungan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	24
2.5.1 Hubungan <i>electronic word of mouth</i> (E-WOM) terhadap keputusan pembelian.....	25
2.5.2 Hubungan <i>brand image</i> dan E-WOM terhadap keputusan pembelian..	25
2.6 Kerangka berpikir	26
2.7 Hipotesis penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan penelitian.....	28
3.2 Subjek dan objek penelitian.....	29
3.3 Populasi dan sampel penelitian.....	29
3.4 Variabel dan definisi operasional variabel penelitian.....	31
3.4.1 Variabel penelitian.....	31
3.4.2 Definisi operasional variabel penelitian.....	32
3.5 Metode dan instrumen pengumpulan data.....	33
3.6 Metode dan teknik analisis data.....	35
3.6.1 Uji asumsi klasik	35
3.6.2 Analisis regresi linear berganda	37
3.6.3 Uji koefisien determinasi (R^2).....	38
3.6.4 Uji hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi data.....	40
4.2 Pengujian instrumen pengumpulan data.....	41
4.2.1 Uji validitas.....	41
4.2.2 Uji reliabilitas	42
4.3 Pengujian asumsi klasik.....	43
4.3.1 Uji normalitas	43
4.3.2 Uji multikolinearitas.....	44
4.3.3 Uji heteroskedastisitas.....	44
4.4 Analisis regresi linier berganda	45

4.5 Analisis koefisien determinasi (R^2)	47
4.6 Pengujian hipotesis	47
4.6.1 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS..	47
4.6.2 Pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS	48
4.6.3 Pengaruh <i>brand image</i> dan E-WOM terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS.....	49
4.7 Pembahasan hasil penelitian	50
4.7.1 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS..	50
4.7.2 Pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS	52
4.7.3 Pengaruh <i>brand image</i> dan E-WOM terhadap keputusan pembelian Laptop ASUS.....	54
4.8 Keterbatasan penelitian.....	56
4.9 Implikasi penelitian.....	56
BAB V PENUTUP	59
5.1 Rangkuman	59
5.2 Simpulan	60
5.3 Saran	61
DAFTAR RUJUKAN	63
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Studi empiris peneliti terdahulu yang relevan.....	19
Tabel 3. 1 Variabel, definisi operasional, indikator, & skala pengukuran.....	32
Tabel 4. 1 Gambaran umum responden berdasarkan program studi.....	40
Tabel 4. 2 Gambaran umum responden berdasarkan semester	41
Tabel 4. 3 <i>Output</i> SPSS uji validitas.....	41
Tabel 4. 4 <i>Output</i> SPSS uji reliabilitas.....	42
Tabel 4. 5 <i>Output</i> SPSS uji multikolinearitas	44
Tabel 4. 6 <i>Output</i> SPSS analisis regresi linear berganda.....	46
Tabel 4. 7 <i>Output</i> SPSS analisis koefisien determinasi	47
Tabel 4. 8 <i>Output</i> SPSS uji <i>f output</i> ANOVA	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Komparasi brand index laptop 2021-2023.....	2
Gambar 1. 2 <i>Brand monthly sales</i> asus	2
Gambar 2. 1 Tahap-tahap proses pembelian.....	10
Gambar 2. 2 Kerangka berpikir penelitian.....	26
Gambar 4. 1 <i>Output</i> SPSS uji normalitas grafik <i>p-plot</i>	43
Gambar 4. 2 <i>Output</i> SPSS uji heteroskedastisitas grafik <i>scatterplots</i>	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 02. Gambaran Umum Responden.....	72
Lampiran 03. Hasil <i>Output</i> SPSS.....	77

