

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FOUNDATION WARDAH*
PADA MAHASISWI PROGRAM
STUDI MANAJEMEN**

SKRIPSI

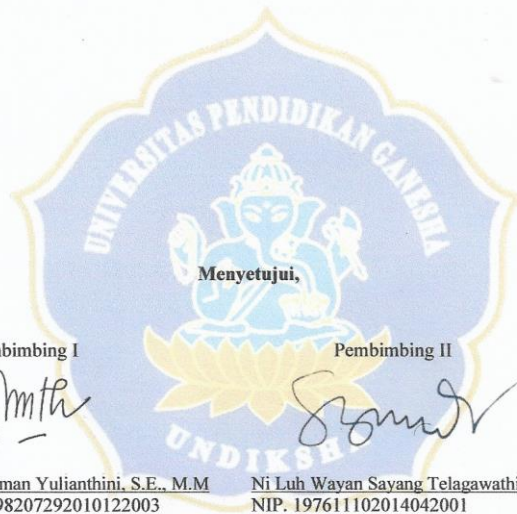


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2021

SKRIPSI

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



Pembimbing I

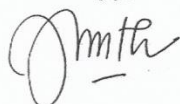
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II

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

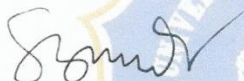
Skripsi oleh Marinda Debora Wabang ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Februari 2021

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



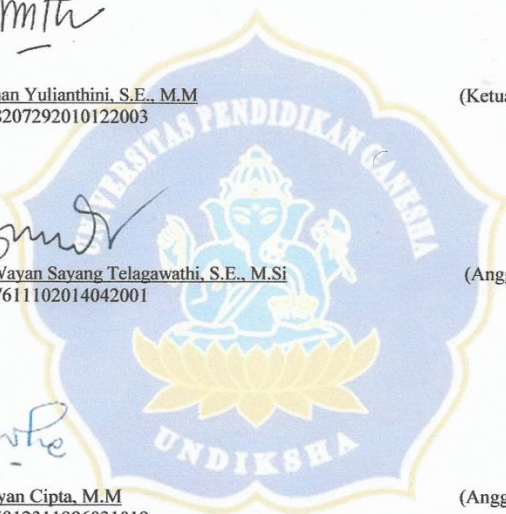
Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

(Anggota)



Drs. Wayan Cipta, M.M
NIP. 195912311986031019

(Anggota)



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

Pada

Hari : Selasa

Tanggal : 23 Februari 2021

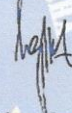
Ketua Ujian,



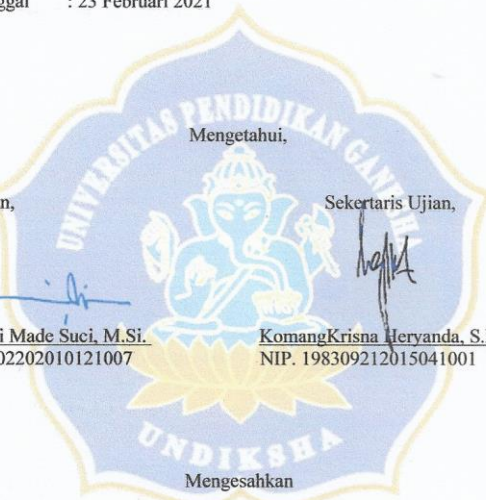
Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 198502202010121007

Mengetahui,

Sekretaris Ujian,



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



Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Foundation Wardah* pada Mahasiswi Program Studi Manajemen” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas Pernyataan ini, saya siap untuk 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, 1 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,



Marinda Debora Wabang
Nim. 1617041046

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Foundation Wardah* pada Mahasiswi Program Studi Manajemen”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

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

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektorat Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., 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 KorProdi Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha
- (5) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang dengan segala ketulusan dan kesungguhan hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi ini.
- (6) Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikan skripsi ini.
- (7) Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manejemen
- (8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis memberikan informasi yang berkaitan tentang 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 tercinta Marthin Luter Wabang dan Endah Kurniasih yang dengan penuh cinta merawat dan membesarkan saya, mendoakan, mendidik, memberikan motivasi, nasihat dan dukungan material serta dukungan lainnya yang tak terhingga dalam menempuh pendidikan perkuliahan hingga mampu menyelesaikan pendidikan saat ini serta mampu pula menyelesaikan skripsi ini.
- (11) Keluarga besar dan adik-adik yang telah memberikan motivasi, doa, nasihat dalam menempuh pendidikan perkuliahan hingga mampu menyelesaikan pendidikan saat ini serta mampu pula menyelesaikan skripsi ini
- (12) Gembala Sidang serta seluruh jemaat GBIS “Bukit Doa” yang telah memberikan dukungan doa dan dukungan rohani bagi saya selama melaksanakan pendidikan di kampus hingga penyusunan skripsi ini.
- (13) Christian Rosandhy, S.Kom yang dengan setia mendampingi saya untuk berproses selama perkuliahan, mendukung dalam doa, motivasi dan dukungan material.
- (14) Nana, Nia, Vidia, Lily, Rintia, Widiani, dan teman-teman kelas F angkatan 2016 yang selalu memberikan dukungan, saran, semangat dan bantuan informasi selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Singaraja, Februari 2021

Penulis

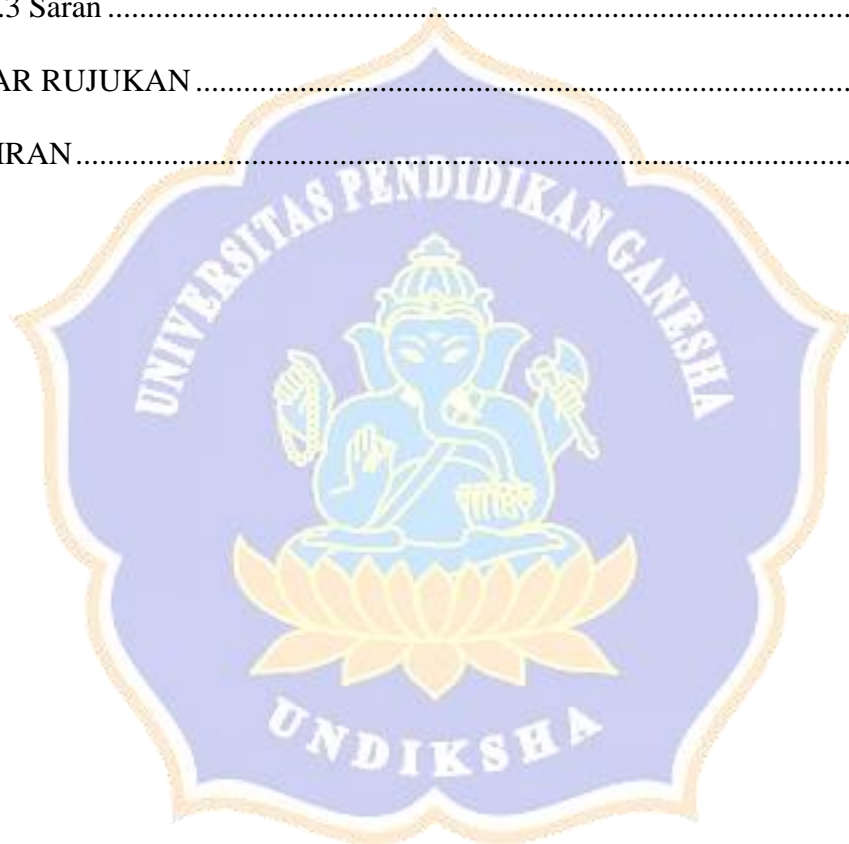
DAFTAR ISI

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.....	6
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	10
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.2.2 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.3 Citra Merek.....	13
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	13
2.3.2 Indikator Citra Merek.....	13
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.5.1 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.5.2 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	18

2.5.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	19
2.6 Kerangka Berpikir	20
2.7 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
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 Pengujian Instrumen Penelitian	26
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.6.3 Uji Hipotesis	31
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Data	34
4.2 Pengujian Asumsi	35
4.2.1 Uji Normalitas Data.....	35
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	36
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	37
4.3 Pengujian Hipotesis	38
4.4.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	38
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	39
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	40
4.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Foundation Wardah</i> pada Mahasiswi Manajemen.....	43
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Foundation Wardah</i> pada Mahasiswi Program Studi Manajemen	44

4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Foundation Wardah</i> pada Mahasiswi Program Studi Manajemen	45
4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.6 Implikasi	46
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Rangkuman	49
5.2 Simpulan.....	51
5.3 Saran	51
DAFTAR RUJUKAN	53
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	27
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	39
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Analisis Koefisien Determinasi	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Simultan dan Parsial <i>e-WOM</i> , Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian20
Gambar 4.1	Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>36
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....38
Gambar 4.3	Struktur Hubungan Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Foundation Wardah</i> pada Mahasiswi Program Studi Manajemen42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1	
Komentar Negatif Konsumen Pengguna <i>Foundation</i> Wardah	56
Lampiran 2	
Data <i>Top Brand Index</i> Kategori Perawatan Tubuh Tahun 2018-2019	57
Lampiran 3	
Kuesioner.....	58
Lampiran 4	
Data Penelitian.....	60
Lampiran 5	
Hasil Output SPSS.....	65

