

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO DI
MARABATUAN, PULAU SEMBILAN, KOTABARU**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh:

**DARPIANSYAH
NIM : 1610412310009**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2023**

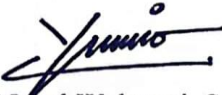
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN WORT OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO DI MARABATUAN, PULAU SEMBILAN,
KOTABARU**


- A. Nama Mahasiswa : Darpiansyah
NIM : 1610412310009
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji
- a. Pembimbing
Dr. Irwansyah. S.Sos, S.H, M.Si [.....]
NIP. 197104201999031001
 - b. Penguji I
Drs. H. Rasyidi,MM [.....]
NIP. 195808161990031000
 - c. Penguji II
Dra. Hj. Siti Rusidah,MM [.....]
NIP. 196206171989032001

Banjarmasin, November 2023

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Irwansyah. S.Sos, S.H, M.Si
NIP. 197164201199031001

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 22 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3744/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 21 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Darpiansyah
NIM : 1610412310009
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan *World Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di Marabatuan Pulau Sembilan Kotabaru

Tempat Ujian : Lab. Administrasi Bisnis
Waktu Ujian : 16.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 80 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

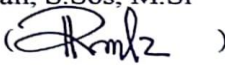

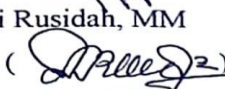
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Darpiansyah

1. Ketua : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
2. Sekretaris : Drs. H. Rasyidi, MM
()
3. Anggota : Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
()

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurhidayahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DARPIANSYAH
NIM : 1610412310009
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya sendiri bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apaibila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini merupakan hasil jiplakan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Hal-hal yang terkait dengan teknik penulisan, telah sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat

Banjarmasin, 29 Desember 2023
Yang membuat pernyataan



DARPIANSYAH
1610412310009

ABSTRAK

Darpiansyah, 1610412310009, 2023, Pengaruh Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Marabatuan Pulau Sembilan Kotabaru. Dibawah bimbingan **Irwansyah**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Marabatuan Pulau Sembilan Kotabaru.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 125 responden dengan teknik *Accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian membuktikan Citra Merek(X1) memiliki nilai Thitung sebesar 7,008 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 hal tersebut menunjukkan bahwa (H1) terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merek terhadap keputusan pembelian Smartphone oppo masyarakat marabatuan secara parsial adalah diterima. Pada *Wort Of Mouth*(X2) memiliki nilai Thitung sebesar 2,487 dan tingkat signifikan sebesar 0,014, hal tersebut menunjukkan bahwa (H2) terdapat pengaruh yang signifikan dari *Wort Of Mouth* terhadap keputusan pembelian Smartphone oppo pada masyarakat marabatuan secara parsial adalah diterima. Sedangkan citra merek (X1) dan *Wort Of Mouth*(X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang memiliki nilai sebesar 3,071 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa (H3) terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merek dan *Wort Of Mouth* terhadap keputusan pembelian smartphone oppo pada masyarakat marabatuan secara simultan adalah diterima.

Kata Kunci: Citra Merek, *Word Of Mouth* , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Darpiansyah, 1610412310009, 2023, The Influence of Brand Image and Word Of Mouth On Purchasing Decisions Of Oppo Smartphones In Marabatuan Pulau Sembilan Kotabaru. Under the guidance of Irwansyah

This study aims to examine the influence of brand image and word of mouth on purchasing decisions for Oppo smartphones in Marabatuan Pulau Sembilan, Kotabaru. The research approach used is a quantitative approach. Samples were taken as many as 125 respondents with accidental sampling technique. Data collection used a questionnaire, while data analysis used multiple linear regression.

The research results prove that Brand Image (X1) has a T value of 7.008 and a significant level of 0.000. This shows that (H1) there is a significant influence of brand image on the decision to purchase Oppo Smartphones for the Marabatuan community, which is generally accepted. Wort Of Mouth (X2) has a T value of 2.487 and a significant level of 0.014, this shows that (H2) there is a significant influence of Wort Of Mouth on the decision to purchase Oppo Smartphones in the Marabatuan community, which is partially accepted. Meanwhile, brand image (X1) and Wort Of Mouth (X2) on purchasing decisions (Y) which has a value of 3.071 and a significant level of 0.000 shows that (H3) there is a significant influence of brand image and Wort Of Mouth on purchasing decisions for Oppo smartphones. In the Marabatuan community, it is simultaneously accepted.

Keywords: Brand Image, Word Of Mouth, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah subhanawata'alla yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Sholalahualaihi Wassallam, yang tak pernah berhenti memikirkan umatnya, semoga diri ini termasuk didalam umatmu Ya Rasulullah dan mendapat syafaat Mu kelak. Atas kodirat dan iradatMu jualah Ya Rabb, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Marabatuan, Pulau Sembilan Kotabaru.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyelesaian skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr.H. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, MAB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos. M.AB selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan Bimbingan, nasehat dan saran kepada penulis.
6. Bapak Dr.Irwansyah S.sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ide, saran, bimbingan, nasehat dan dorongan kepada penulis dan bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Drs. H. Rasyidi, MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun pemikiran penulis, dalam penulisan skripsi ini, sehingga bisa menjadi lebih baik
8. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun pemikiran penulis, dalam penulisan skripsi ini, sehingga bisa menjadi lebih baik
9. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat berguna selama perkuliahan.
10. Seluruh staf dan pegawai Program Studi maupun Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu dan melayani dengan baik.

11. Adik-adik saya Ainun Asyifa dan Muchyar Maulana yang sangat saya sayangi , terima kasih atas do'a, dukungan, dan motivasinya selama kuliah
12. Kepada orang tua yang tidak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan serta selalu memberikan motivasi kepada penulis.
13. Kepada teman-teman seperjuangan Prodi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016. Serta teman dan sahabat yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 29 Desember 2023

penulis



DARFIANSYAH
1610412310009

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.1.1 Definisi pemasaran.....	13
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	16
2.1.2 Citra Merek (Brand Image)	19
2.1.2.1 Definisi Merek.....	19
2.1.2.2 Manfaat Merek	21
2.1.2.3 Definisi Citra Merek.....	22
2.1.2.4 Indikator Citra Merek.....	24
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	24
2.1.3.1 Definisi <i>Word of Mouth</i>	24
2.1.3.2 Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i>	28
2.1.3.3 Motivasi dan Manfaat Melakukan <i>Word of Mouth</i>	28

2.1.3.4	Dimensi Atau Elemen <i>Word Of Mouth</i> ” WOM”	30
2.1.3.5	Indikator Wort Of Mouth	31
2.1.4	Keputusan Pembelian	32
2.1.4.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	32
2.1.4.2	Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	32
2.2	Tinjauan Empiris	35
2.2.1	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Model Penelitian.....	42
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Pendekatan Penelitian.....	35
3.2	Desain Penelitian.....	35
3.3	Lokasi Penelitian.....	35
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel.....	36
3.4.3	Teknik Sampling.....	36
3.3.1	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5	Definisi Operasional.....	37
3.5.1	Variabel Bebas (Indevenden)	37
3.5.2	Variabel Terikat	39
3.6	Jenis Data.....	41
3.6.1	Data Primer.....	41
3.6.2	Data Sekunder	42
3.7	Teknik Pengumpulan Data	42
3.8	Teknik Pengumpulan Skor	42
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
3.9.1	Uji Validitas	43

3.9.2 Uji Reliabilitas	44
3.10 Teknik Analisa Data.....	44
3.10.1 Analisis statistik Deskriptif	44
3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.10.2.1 Uji Normalitas	45
3.10.2.2 Uji Multikoloneritas	46
3.10.2.3 Uji Heteroskedastisitas	46
3.10.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.10.4 Pengujian Hipotesis	48
3.10.4.1 Uji Persial (Uji T)	48
3.10.4.2 Uji Simultan (Uji F)	48
3.10.4.3 Koefisien Determinasi (R)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
4.1 Profil Responden	53
4.1.1 Responden Berdasarkan jenis Kelamin	53
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia	53
4.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reabilitas	55
4.3 Analisis Statistik Dedkriptif Variabel	56
4.3.1 Variabel Citra Merek	56
4.3.2 Variabel <i>Wort Of Mouth</i>	62
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	65
4.4 Hasil Asumsi Klasik.....	72
4.4.1 Hasil Uji Normatis	72
4.4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	74
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedasittitas	75
4.5 Hasil Analisi Regresi Linier Berganda	76
4.6 Uji Hipotesis.....	77
4.6.1 Uji Hipotesis Persial (Uji T)	77
4.6.2 Pengaruh Secara Simutan (Uji F).....	79
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	80
BAB V PEMBAHASAN HASIL	90

5.1 Pembahasan	90
5.1.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	90
5.1.2 Pengaruh Wort Of Mouth terhadap keputusan Pembelian	90
5.1.3 Pengaruh Citra Merek dan Wort of Mouth Terhadap Keputusan pembelian	91
5.2 Implikasi Penelitian	91
5.3 Keterbatasan Penelitian	94
BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	96
6.2.1 Saran Akademis.....	96
6.2.2 Saran Praktis.....	97

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia Kuartal III 2022	3
Tabel 1.2	Perbandingan Smartphone Oppo Dan Samsung	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert	52
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden	54
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2	Usia Responden..... 60	
Tabel 4.3	Uji Validitas	61
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.5	Oppo Merupakan Produk Yang Nyaman Di Gunakan	63
Tabel 4.6	Smartphone Oppo Mudah Dalam Penggunaan	64
Tabel 4.7	Oppo Memiliki Logo Yang Mudah Di Kenali di Pasar Indonesia	65
Tabel 4.8	Smartphone Oppo Memiliki Desain Yang Unik Dan Elegan	65
Tabel 4.9	Smartphone Oppo Memiliki Kualitas Bagus	66
Tabel 4.10	Smartphone Oppo Memiliki Harga Yang Terjangkau	67
Tabel 4.11	Pernah Menceritakan Pada Orang Lain Tentang Smartphone Oppo.....	68
Tabel 4.12	Membujuk Orang Lain Untuk Membeli Smartphone Oppo..... 69	
Tabel 4.13	Meyakinkan Orang Lain Agar Membeli Smartphone Oppo	69
Tabel 4.14	Selalu Menceritakan Smartphone Oppo	70
Tabel 4.15	Mendengarkan Orang Lain Membicarakan Tentang Oppo	70
Tabel 4.16	Menyarankan Kepada Orang Lain Tentang Smartphone Oppo	71

Tabel 4.17	Memahami Kebutuhan Yang Ditawarkan Produk Oppo.....	72
Tabel 4.18	Smartphone Oppo Karena Adanya Informasi dari Pihak Luar.....	72
Tabel 4.19	Mengetahui Oppo Karena Mendapat Referensi Dari orang lain.....	73
Tabel 4.20	Mengetahui Oppo Karena Melihat Langsung Di situs Resmi Oppo..	74
Tabel 4.21	Membandingkan Oppo Dengan Smartphone Merek Lain	75
Tabel 4.22	Anda Memberikan Penilaian Tentang Manfaat Smartphone Oppo.....	76
Tabel 4.23	Melakukan Pembelian Oppo, Memerhatikan Kualitas Produk	76
Tabel 4.24	Melakukan Pembelian Oppo Karena Sesuai Dengan Kebutuhan	77
Tabel 4.25	Anda Ingin Membeli Kembali Smartphone Oppo Yang Lain	78
Tabel 4.26	Merekomendasikan Untuk Membeli Oppo Ke Teman, Keluarga..	79
Tabel 4.27	Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.28	Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejzer	83
Tabel 4.29	Model Summary Data	88
Tabel 4.30	Tabulasi interpretasi nilai r	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	42
Gambar 4.1 Uji Normalitas	80
Gambar 4.2 Observed cum prob	81