

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR LISTRIK DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

Muhammad Ilham

NIM: 2110412310013



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

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Awareness

Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik

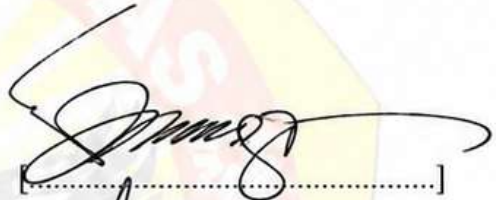
Di Kota Banjarmasin

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Ilham
B. NIM : 2110412310013
C. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

D. TimPenguji:

a. Pembimbing

Dr. Taharuddin, S.Sos., MM
NIP.197401102000031001



[.....]

b. Penguji I

Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP.196701131994031001



[.....]

c. Penguji II

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

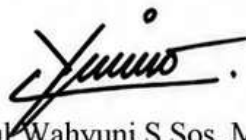


[.....]

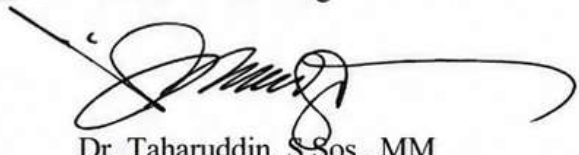
Banjarmasin, 18 Juni 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



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



Dr. Taharuddin, S.Sos., MM
NIP.197401102000031001

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM




Dr. H. Iwansyah, S.Sos., M.Si. NIP.
NIP.197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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/>

SURAT TUGAS

Nomor : 7105/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara / i :

1. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
2. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
3. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Ilham
NIM : 2110412310013
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness Terhadap
Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jumat, 12 Desember 2025
J a m : 14.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Lab.Bisnis (FISIP Gedung Baru)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 11 Desember 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021002





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 Jum'at tanggal 12 bulan Desember tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7105/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 11 Desember 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Ilham
NIM : 2110412310013
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 82 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

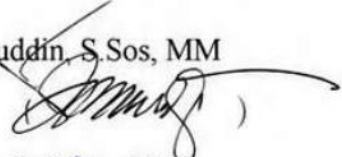
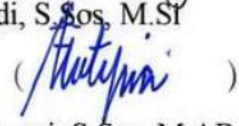
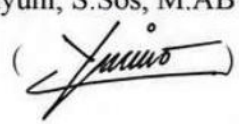
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 12 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Ilham

1. Ketua : Dr. Taheruddin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Fitriyadi, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
B n D e k a n
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

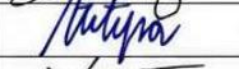
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Muhammad Ilham
NIM : 2110412310013
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Taharuddin, S.Sos, MM	84	
2.	Dr. Fitriyadi, S.Sos, M.Si	82	
3.	Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB	80	
Jumlah		246	
Nilai Rata-rata		82	Nilai Akhir = A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 12 Desember 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Banjarmasin”**. Proposal Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam penyelesaian proposal skripsi ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin serta selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan menguji skripsi ini.

4. Bapak Dr. Hairudinor, S.Sos, MM, selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan nasihat dan arahan untuk perkuliahan dari awal semester hingga akhir.
5. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan menguji skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu pembelajaran selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
8. Seluruh Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa di dalam proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini agar penulis bisa melaksanakan penelitian dengan baik. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca.

Banjarmasin, 22 Juni 2026



Muhammad Ilham

2110412310013

LEMBAR PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT teriring shalawat kepada Nabi Muhammad SAW sang pencerah dunia ini, atas terselesaikannya penulisan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk Abah tercinta, yang telah menjadi teladan dalam kesabaran, kerja keras, dan tanggung jawab. Terima kasih atas setiap doa, semangat, serta pengorbanan yang tak pernah berhenti dalam mendukung setiap langkah penulis.
2. Mama tersayang, yang selalu memberikan kasih sayang tanpa batas, doa yang tulus di setiap waktu, dan dorongan yang tak ternilai dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Cinta dan ketulusanmu menjadi kekuatan terbesar dalam menyelesaikan karya ini.
3. Saudara-saudaraku, yang selalu memberi semangat, canda, dan dukungan di saat penulis membutuhkan tempat untuk berbagi. Terima kasih atas kebersamaan dan doa yang tak henti.
4. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, berbagi tawa, lelah, dan perjuangan selama masa studi. Terima kasih atas kebersamaan, motivasi, dan dukungan yang berarti dalam setiap langkah menuju penyelesaian skripsi ini.
5. Diriku sendiri, yang telah berusaha kuat, bertahan dalam setiap proses, dan tidak menyerah meski banyak rintangan yang datang. Terima kasih telah percaya bahwa setiap perjuangan akan berbuah hasil yang indah pada waktunya.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 22 Juni 2026



Muhammad Ilham

2110412310013

ABSTRAK

Muhammad Ilham, 2110412310013, 2025. Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Di Kota Banjarmasin. Dibimbing: Taharuddin

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian Motor Listrik Di Kota Banjarmasin dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara Simultan *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Ilham, 2110412310013, 2025. *The Influence of Word Of Mouth and Brand Awareness on the Purchase Decision of Electric Motorcycles in Banjarmasin City*. Advisor: Taharuddin

This study aims to examine the partial and simultaneous influence of Word Of Mouth and Brand Awareness variables on the purchase decision of electric motorcycles in Banjarmasin City.

The research employed a quantitative approach and was conducted in Banjarmasin, with a sample of 100 respondents who had purchased electric motorcycles in the city, selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression analysis.

The results of this study prove that Word Of Mouth has a significant partial influence on Purchasing Decisions, Brand Awareness has a significant partial influence on Purchasing Decisions. Simultaneously, Word Of Mouth and Brand Awareness have a significant influence on Purchasing Decisions for Electric Motorcycles in Banjarmasin City.

Keywords: *Word Of Mouth, Brand Awareness, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	iii
DAFTAR NILAI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teoritis	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	15
2.1.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2.2. Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.2.3. Indikator Keputusan Pembelian	23
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	24
2.1.3.1 Definisi Word Of Mouth (WOM)	24

2.1.3.2 Indikator Word Of Mouth (WOM).....	26
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	27
2.1.4.1 Definisi Brand Awareness	27
2.1.4.2. Indikator Brand Awareness	29
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	38
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	38
2.3.2 Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Lokasi Penelitian.....	43
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	43
3.4.1 Populasi Penelitian	43
3.4.2 Sampel Penelitian.....	44
3.4.3 Teknik Sampling Penelitian	45
3.5 Definisi Operasional Variabel	45
3.5.1 Variabel Independen.....	45
3.5.2 Variabel Dependen	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1 Sumber Data.....	50
3.6 Teknik Analisa Data	51
3.7.1 Skala Pengukuran.....	51
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	51
3.7.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	53
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.8 Alat Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
4.1 Profil Responden.....	58
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	58

4.1.2 Berdasarkan Rentang Usia	58
4.1.3 Berdasarkan Domisili.....	59
4.1.4 Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
4.1.5 Berdasarkan Rentang Pendapatan	60
4.1.6 Berdasarkan Pengambilan Keputusan Pembelian	61
4.1.7 Berdasarkan Merek Yang Digunakan.....	62
4.1.8 Berdasarkan Persepsi terhadap Motor Listrik	62
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	63
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	64
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (X2).....	66
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.1 Uji Validitas.....	73
4.3.2 Uji Reliabilitas	75
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	75
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.6 Hasil Uji Hipotesis	80
4.6.1 Uji t (Parsial).....	80
4.6.2 Uji F (Simultan)	81
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi R ²	82
BAB V PEMBAHASAN HASIL	88
5.1 Pembahasan.....	88
5.1.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Motor Listrik di Kota Banjarmasin	88
5.1.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Motor Listrik di Kota Banjarmasin	89
5.1.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X1) dan <i>Brand Awareness</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Motor Listrik di Kota Banjarmasin.....	90

5.2 Implikasi Hasil	91
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
DAFTAR LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel, Indikator, dan Item Pernyataan	48
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	51
Tabel 3. 3 Rentang Kategori Jawaban Responden	52
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengambilan Keputusan Pembelian....	61
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Yang Digunakan	62
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Terhadap Motor Listrik	63
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Butir X1 Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1)	64
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Butir X2 Variabel Brand Awareness (X2)	66
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4. 15 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T)	80
Tabel 4. 17 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji f)	81
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi R ²	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna kendaraan listrik indonesia tahun 2020 – 2022	2
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2. 2 Tahapan Keputusan Pembelian	21
Gambar 5. 1Model Penelitian Akhir	93

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output SPSS Ver 25

Lampiran 4 Dokumentasi Lapangan Dan Tabel Toko