

**PENGARUH *EWOM* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK CHATIME DI JAKARTA**

SYIFA ADZKIA

1707617043



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**THE INFLUENCE OF EWOM AND BRAND IMAGE
TOWARDS PURCHASE INTENTION OF CHATIME PRODUCT
IN JAKARTA**

SYIFA ADZKIA

1707617043



**This is Oeganized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor
of Education at Faculty of Economic State University of Jakarta**

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

SYIFA ADZKIA. 1707617043. Pengaruh EWOM dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Minuman Chatime di Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap minat beli produk minuman chatime di Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Jakarta selama enam bulan terhitung sejak Januari sampai Juni 2021. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional dan menyebarkan data kuesioner kepada responden melalui *Google Form*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jakarta dan pernah membeli produk minuman chatime. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden sebanyak 200 responden. Pada uji linearitas yang dilakukan dalam penelitian didapatkan hasil bahwa *electronic word of mouth* dan *brand image* memiliki nilai linearitas $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut linear. Pada uji regresi sederhana didapatkan pada *electronic word of mouth* $\hat{Y} = 14,792 + 0,367 X_1$ sedangkan pada *brand image* $\hat{Y} = 3,622 + 0,789 X_2$ didapatkan nilai yang sig $< 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan. Pada uji t nilai sig $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Pada perhitungan koefisien determinasi didapatkan nilai koefisien Y atas X1 diperoleh sebesar 0,495 yang menunjukkan bahwa 49,5% variabel minat beli ditentukan oleh variabel *electronic word of mouth*. Dan koefisien determinasi yang didapatkan koefisien Y atas X2 diperoleh sebesar 0,406 yang menunjukkan bahwa 40,6% variabel minat beli ditentukan oleh variabel *brand image*.

Kata kunci: EWOM, Citra Merek, Minat Beli

ABSTRACT

SYIFA ADZKIA. 1707617043. *The Influence of EWOM and Brand Image on Purchase Intention of Chatime Products in Jakarta.*

The purpose of this study was to examine the effect of electronic word of mouth and brand image on interest in buying chatime beverage products in Jakarta. This research was conducted in Jakarta for six months starting from January to June 2021. The research method used is by using a survey method with a correlational approach and distributing questionnaire data to respondents via Google Form. The data used in this research is quantitative data using simple linear regression data analysis method. The population used in this study is people who live in Jakarta and have bought chatime beverage products. The sampling technique used in this research is using purposive sampling technique with 200 respondents. In the linearity test conducted in the study, the results showed that electronic word of mouth and brand image had a linearity value < 0.05 so it could be concluded that the results were linear. In the simple regression test, the electronic word of mouth = $14,792 + 0,367 X_1$ while the brand image = $3,622 + 0,789 X_2$ obtained a value of sig < 0.05 which can be concluded that there is a simultaneous effect. In the t test, the sig value < 0.05 and the $t_{arithmetic}$ value $> t_{table}$, this proves that there is a positive and significant effect. In the calculation of the coefficient of determination, the value of the Y coefficient on X_1 is obtained at 0.495 which indicates that 49.5% of the buying interest variable is determined by the electronic word of mouth variable. And the coefficient of determination obtained by the coefficient of Y over X_2 is 0.406 which shows that 40.6% of the purchase intention variable is determined by the brand image variable.

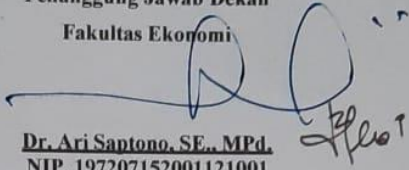
Keywords: *Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan
Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Santono, SE., MPd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Nurdin Hidayat, MM, M. Si NIP. 196610302000121001 (Ketua Penguji)		12 Agustus 2021
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Penguji 1)		19 Agustus 2021
3	Muhammad Yusuf, SE., M.M NIP. 198906202020121006 (Penguji 2)		20 Agustus 2021
4	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		19 Agustus 2021
5	Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		19 Agustus 2021

Nama : Syifa Adzkia
No. Registrasi : 1707617043
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 28 Juli 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan



Syifa Adzkia

NIM. 1707617043

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syifa Adzkia
NIM : 1707617043
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : syifaadzkia24@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh EWOM Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Minuman
Chatime di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Syifa Adzkia

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu menang”. (QS. Al-Imran : 200)

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan". (QS. Al-Insyirah : 5-6)

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu. Mempersembahkan sedikit karya untuk ayah, ibu, adik, teman dan sahabat tercinta sebagai bukti pernah melewati sebuah proses kehidupan yang tak mudah namun mereka tak pernah melepaskan tangan ini ketika terjatuh. Terimakasih atas segala cinta dan dukungan, karnanya lah semua terlewati denga baik. Dan karena karunia Nya proses ini menjadi mudah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *EWOM* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Chatime Di Jabodetabek**”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Proses penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Ryna Parlyna, MBA. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis;
3. Dr. Cory Yohana, M.M selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membimbing, memberi arahan, memberi saran dan juga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing II, yang juga telah membimbing, memberi arahan, memberi saran dan juga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Orangtua tersayang Ayah dan Ibu yang senantiasa menjadi inspirasi, memberi doa dan dukungan dalam pelaksanaan dan penulisan laporan ini;
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta atas ilmu dan motivasi yang diberikan.

7. Teman-teman Pendidikan Bisnis A 2017 yang telah menjadi rekan bagi penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan dan penyempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, Juni 2021

Penulis

