

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
MINAT BELI *SMARTPHONE* PADA MASYARAKAT DKI  
JAKARTA DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK**

**RIF'ATUN AINIYAH**

**1707618044**



**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**

**2023**

**THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON  
PURCHASE INTENTION OF SMARTPHONE IN DKI  
JAKARTA MEDIATED BY BRAND IMAGE**

**RIF'ATUN AINIYAH**

**1707618044**



**This Thesis was prepared as one of the requirements for obtaining  
bachelor's degree at the Faculty of Economics, State University of  
Jakarta**

**BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM**

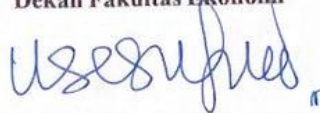





**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Prof Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</b> <b>NIP. 197002122008121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		23 Januari 2024
2	Muhammad Fawaiq, M.Ec, Dev NIP. 198507232010121002 (Penguji 1)		23 Januari 2024
3	Annisa Lutfia S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		23 Januari 2024
4	Prof. Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		23 Januari 2024
5	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		23 Januari 2024
Nama : Rif atun Ainiyah No. Registrasi : 1707618044 Program Studi : SI Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 16 Januari 2024			

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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Lembar Orisinalitas ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 07 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Rifatun Ainiyah

NIM. 1707618044

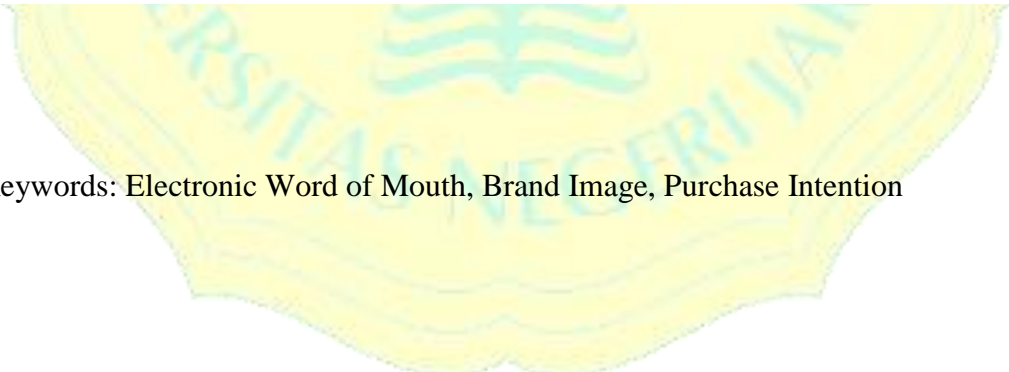
## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat membeli *smartphone* iPhone pada masyarakat DKI Jakarta melalui citra merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Model*). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala *Likert* yang mencerminkan enam poin dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Sampel penelitian ini terdiri dari masyarakat DKI Jakarta yang mengetahui *smartphone* iPhone dan pernah mengakses internet untuk melihat *review* tentang iPhone dan berusia antara 18 hingga 55 tahun. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menguji setiap variabel dengan total 225 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Kemudian *electronic word of mouth* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Terakhir, *electronic word of mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui citra merek sebagai mediasi parsial.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Niat Beli

## ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of electronic word of mouth on interest in buying iPhone smartphones through brand image as a mediating variable in the people of DKI Jakarta. These three variables are tested to draw conclusions. This research uses a quantitative approach using SEM (Structural Equation Model). Primary data was collected through a questionnaire with a Likert scale reflecting six points from strongly agree to strongly disagree. The sample for this research consisted of people in DKI Jakarta who know about iPhone products and have accessed the internet to see reviews about iPhones and were aged between 18 and 55 years. Purposive sampling method was employed to test each variable, resulting in a total of 225 respondents. The results of this research show that electronic word of mouth has a positive and significant effect on brand image. Then electronic word of mouth and brand image positively and significantly influence purchase intention. Lastly, electronic word of mouth has a positive and significant influence on purchase intention, both directly and indirectly, through brand image as partial mediation.



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

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli *Smartphone* pada Masyarakat Dki Jakarta dimediasi oleh Citra Merek”. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, permasalahan tersebut tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi dalam penyusunan skripsi kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan arahan selama perkuliahan.
3. Prof. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Rahmi, S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen fakultas ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Orang tua dan keluarga Penulis yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil selama Penulis menyusun skripsi ini.
7. Uta, Dindong, AJG dan Ucok yang selalu memberikan motivasi, dukungan, arahan, dan menjadi pembimbing sebaya Penulis.
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2018

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf atas kesalahan yang terdapat dalam skripsi ini dan menerima dengan senang hati untuk berbagai kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan para pembaca.



Jakarta, 23 Februari 2024

Penulis

Rifatun Ainiyah

1707618044



