

**PENGARUH E-WOM DAN ENDORSER TERHADAP
PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND IMAGE PADA
PRODUK GADGET GAMING**

JAMAL HASBI

1705618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

***THE INFLUENCE OF E-WOM AND ENDORSER ON
PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND IMAGE ON
GAMING GADGET PRODUCT***

JAMAL HASBI

1705618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was written as one of the requirements to obtain a
Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics, State
University of Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2023***

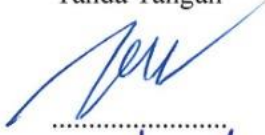
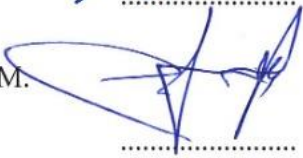



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Penguji)		23/08/23
2	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Penguji 1)		21/08/23
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Penguji 2)		28/08/23
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		27/08/23
5	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		23/08/23

Nama : Jamal Hasbi
No. Registrasi : 1705618053
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 07 Agustus 2023

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 26 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Jamal Hasbi

NIM. 1705618053

ABSTRAK

Jamal Hasbi, 2023; Pengaruh e-WoM dan Endorser terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Image* pada Produk *Gadget Gaming*; Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. & Rahmi, S.E., M.S.M

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *brand image*, pengaruh *endorser* terhadap *brand image*, pengaruh *brand image* terhadap *purchase intention* pengaruh e-WoM terhadap *purchase intention*, pengaruh *endorser* terhadap *purchase intention*, pengaruh e-WoM terhadap *purchase intention* melalui *brand image*, pengaruh *endorser* terhadap *purchase intention* melalui *brand image*, pada produk *gadget gaming*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian yang dikumpulkan berjumlah 293 responden yang mengetahui akan produk ASUS ROG, berdomisili di Jabodetabek, berusia 17 tahun ke atas dan pernah melihat aktivitas *endorser* dari ASUS ROG selama 6 bulan terakhir. *software* yang digunakan pada analisis data adalah SPSS dan SEM (*Structural Equation Model*) dari LISREL. Hasil dari uji hipotesis dari penelitian ini adalah seluruh hipotesis diterima.

Kata Kunci: ASUS ROG, *brand image*, *electronic word of mouth*, *endorser*, *purchase intention*

ABSTRACT

Jamal Hasbi, 2023; The Influence of e-WoM and Endorsers on Purchase Intention through Brand Image on Gadget Gaming Products; SI Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, Advisory Team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. & Rahmi, S.E., M.S.M

The purpose of this study is to determine the effect of electronic word of mouth on brand image, the influence of endorsers on brand image, the influence of brand image on purchase intentions, the influence of e-WoM on purchase intentions, the influence of endorsers on intentions, the influence of e-WoM on purchase intentions through brands. image, influence of endorsers on purchase intention through brand image, on ASUS ROG gadget products. The data collection method used was a survey method with a questionnaire as an instrument. The research sample that was collected was 293 respondents who knew about ASUS ROG products, domiciled in Jabodetabek, aged 17 years and over and had seen endorser activity from ASUS ROG for the last 6 months. Software used in data analysis is SPSS and SEM (Structural Equation Model) from LISREL. The results of the hypothesis testing of this study are all hypotheses that are accepted.

Keywords: ASUS ROG, brand image, electronic word of mouth, endorser, purchase intention

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur serta terimakasih yang mendalam, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-nya yang telah memungkinkan peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh e-WoM dan Endorser terhadap Purchase Intention melalui Brand Image pada Produk Gadget Gaming”*** dengan tepat waktu. pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, termasuk di antaranya kepada Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM sebagai pembimbing I dan Rahmi, S.E., M.S.M. sebagai Pembimbing II.

Tidak terhingga rasa terima kasih kepada keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dan doa tanpa henti, terutama kepada mama dan papa tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil. Peneliti juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada teman-teman management angkatan 2018 atas semangat dan bantuan yang luar biasa selama proses penulisan hingga proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Peneliti mengakui masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan peneliti sehingga disadari bahwa penelitian ini masih memiliki potensi pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima semua masukan dan kritik konstruktif dari para pembaca, Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti di masa mendatang.

Jakarta, 17 Agustus 2023

Jamal Hasbi

NIM.1705618053