

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH (WOM) DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DI JAKARTA

CHOIRUNNISA

8135141541



*Building
Future
Leaders*

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

2018

**THE CORRELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND WORD
OF MOUTH (WOM) WITH PURCHASE DECISION SAMSUNG
SMARTPHONE IN FACULTY OF ECONOMIC STUDENT
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

CHOIRUNNISA

8135141541



*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

CHOIRUNNISA, Hubungan antara Citra Merek dan *Word of Mouth (WOM)* dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 5 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juni 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara citra merek dan *word of mouth (wom)* dengan keputusan pembelian *smartphone Samsung* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 111 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 29,941 + 0,482 X_1 + 0,320 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,176 < 3,079$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,249 < 3,079$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $25,936 > 3,079$, sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 4,205$ dan $t_{tabel} = 1,65909$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 2,766$ dan $t_{tabel} = 1,65909$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, terdapat pengaruh secara simultan antara variabel citra merek dan *word of mouth (wom)* dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,324 yang menunjukkan bahwa 32,4% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek dan *word of mouth (wom)*.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, *Word of Mouth*

ABSTRACT

CHOIRUNNISA, *The Correlation Between Brand Image And Word of Mouth with Purchase Decision Samsung Smartphone in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 5 months, starting from February to June 2018. The purpose of this study is to determine the correlation between brand image and word of mouth with purchase decision Samsung smartphone in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 111 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 29,941 + 0,482 X_1 + 0,320 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smirnov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X_1 equal to 0,200, X_2 equal to 0,200. Because the significance level is > 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on X_1 produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,176 < 3.079$ and testing linearity of regression Y on X_2 produces $F_{count} < F_{table}$ is $1.249 < 3.079$, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $25,936 > 3,079$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 4,205$ and $t_{table} = 1,65909$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 2.766$ and $t_{table} = 1,65909$. Where can be drawn the conclusion that there influence simultaneously between variable brand image and word of mouth (wom). The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,324 indicating that, 32,4% variable purchase decision is determined by the brand image and word of mouth.

Keyword: *Purchase Decision, Brand Image, Word of Mouth*

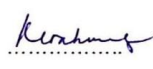
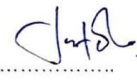
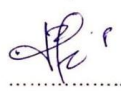
LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dra. Dientje Griandini, M.Pd NIP. 195507221982102001	Ketua		03 JULI 2018
2.	Dra. Nurahma Hajat, M.Si NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		03 JULI 2018
3.	Terrylina Arvinta, SE NIDK. 8854660018	Sekretaris		03 JULI 2018
4.	Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		03 JULI 2018
5.	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		03 JULI 2018

Tanggal Lulus : 03 JULI 2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 02 Juli 2018
Yang membuat pernyataan,


Choirunissa
NIM. 8135141541

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Memulai dengan keyakinan. Menjalankan dengan penuh keikhlasan.
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”.
- Choirunnisa

“Sesungguhnya Allah telah ridha terhadap orang-orang mukmin ketika mereka berjanji setia kepadamu dibawah pohon, maka Allah mengetahui apa yang ada dalam hati mereka lalu menurunkan ketenangan atas mereka dan memberi balasan kepada mereka dengan kemenangan yang dekat”.
(Qs: Al-Fath: 18)

Alhamdulillahirabbil’alamin.

Ucapan syukur tiada tara kepada Allah Subhanahu Wata’ala. Yang selalu membimbing dan memberikan kemudahan kepada peneliti dalam mengarungi hidup ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Keluarga peneliti yang sangat disayangi dan dibanggakan. Berkat dorongan dan doa yang tanpa henti serta dukungan moril dan materil selama ini, sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Citra Merek dan *Word of Mouth (WOM)* dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Oppo* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

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.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis sekaligus selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan waktu selama masa perkuliahan.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi, khususnya untuk angkatan 2014, 2015, 2016, dan 2017 yang telah meluangkan waktunya.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ena Karmana dan Ibu Wasikah, serta kakak-kakak yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
8. Nabila Safira, Dila Dwi Cahyani, dan Uki Lestari sebagai sahabat terkasih yang telah memberikan bantuan dan waktunya.
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis 2014, khususnya Vinny Oktaviani, Alfath Rianda Utami, Dea Amelinda, dan Robiatul Adawiyah yang telah setia menemani dan memberikan segalanya selama perkuliahan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 02 Juli 2018

Choirunnisa