

HALAMAN MOTTO

Bismillahirrahmanirrahim

Allhamdulillah

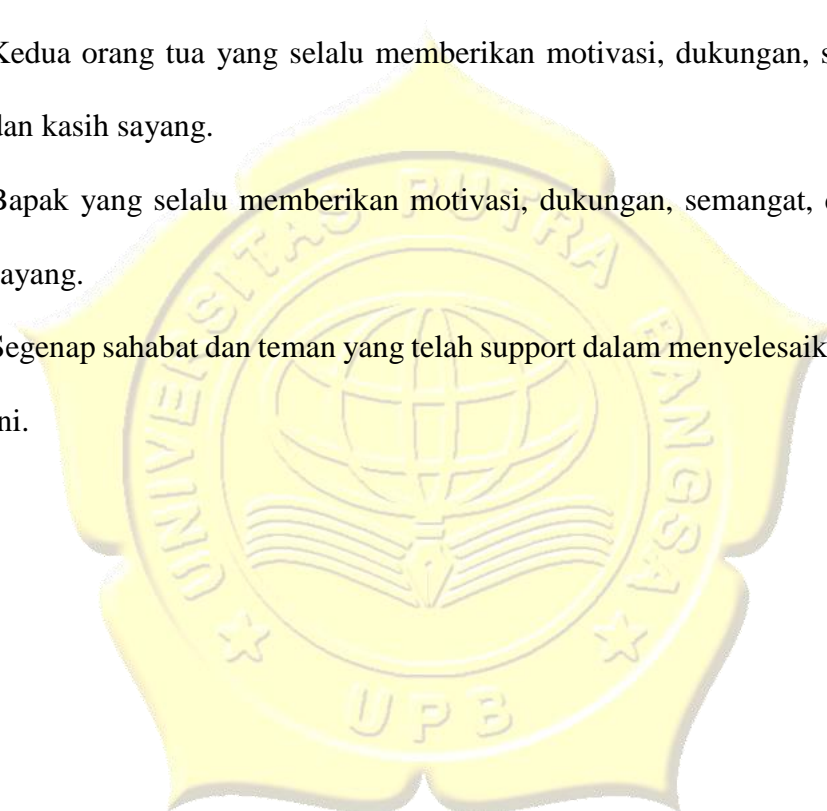


HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji hanya bagi Allah SWT Tuhan dan semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, rezeki, hidayah, dan segala kurnia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, dan kasih sayang.
2. Bapak yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, dan kasih sayang.
3. Segenap sahabat dan teman yang telah support dalam menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Trust*, dan *Promotion* terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana by.U Telkomsel (Studi pada pengguna kartu perdana by.U di Kabupaten Kebumen). Responden sebanyak 100 responden. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif, data yang diperoleh berdasarkan jawaban dari responden berdasarkan kuesioner, yang kemudian diuji validitas dan reliabilitas, dianalisis dengan teknik analisis jalur, model regresi diuji dengan asumsi klasik agar memenuhi syarat dan layak pakai untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan program SPSS 25 for windows. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *word of mouth*, *brand trust* dan *promotion* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian, secara parsial *brand trust* memberikan pengaruh yang lebih besar 4,140 dari pada *word of mouth* 2,301 dan *promotion* 3,186 terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,641 atau 64,1%. Artinya variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *word of mouth*, *brand trust* dan *promotion* sebesar 64,1%, sedangkan sisanya 35,9% dipengaruhi oleh variabel di luar model.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, *Brand Trust*, *Promotion* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the influence of Word of Mouth, Brand Trust, and Promotion on Purchasing Decisions on by.U Telkomsel starter cards (Study on by.U starter card users in Kebumen Regency). Respondents were 100 respondents. This research method is quantitative, the data obtained is based on answers from respondents based on a questionnaire, which is then tested for validity and reliability, analyzed using path analysis techniques, the regression model is tested with classical assumptions so that it meets the requirements and is suitable for use to predict the influence of the independent variable on the dependent variable. The data analysis techniques used are multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination. The analysis technique used uses the SPSS 25 for Windows program. From the research results it can be seen that word of mouth, brand trust and promotion have a simultaneous influence on purchasing decisions, partially brand trust has a greater influence of 4,140 than word of mouth 2,301 and promotion 3,186 on purchasing decisions. The results of the determination coefficient test show that the Adjusted R Square value is 0.641 or 64.1%. This means that purchasing decision variables can be influenced by word of mouth, brand trust and promotion by 64.1%, while the remaining 35.9% is influenced by variables outside the model.

Keywords: Word of Mouth, Brand Trust, Promotion and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *WORD OF MOUTH, BRAND TRUST* DAN *PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU BY.U TELKOMSEL”** (Studi pada pengguna kartu by.U Di Kabupaten Kebumen).

Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa serta mempraktekan ilmu yang selama ini telah penulis peroleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Pada kesempatan kali ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini baik secara moril maupun materil, yaitu:

1. Ibu Tuti Zakiyah, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengaruh dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan Manajemen Reguler A, B, C, D, E, F 2024.
4. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu support system terbaik yang selalu mendoakan, selalu memberikan semangat, kesabaran dan motivasi kepada penulis.

5. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu per satu.
6. Ibu Yulia Haryono selaku dosen Modul Nusantara di Universitas PGRI Sumatera Barat serta dosen Modul Nusantara yang lainnya. Yang telah memberikan motivasi, doa, serta semangat dan selalu sabar selama 4 bulan mengikuti kegiatan PMM 3.
7. Teman-teman PMM 3 Universitas PGRI Sumatera Barat yang telah memberi semangat dalam penyusunan skripsi. Terkhusus kepada kelompok 3 Modul Nusantara Satampang Baniah, dan juga untuk kos putra pemuda bayamas yang tiap hari bersama suka maupun duka.

Penulis menyadari bahwa masih banyak adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Kebumen, 18 Juli 2024

Penulis,

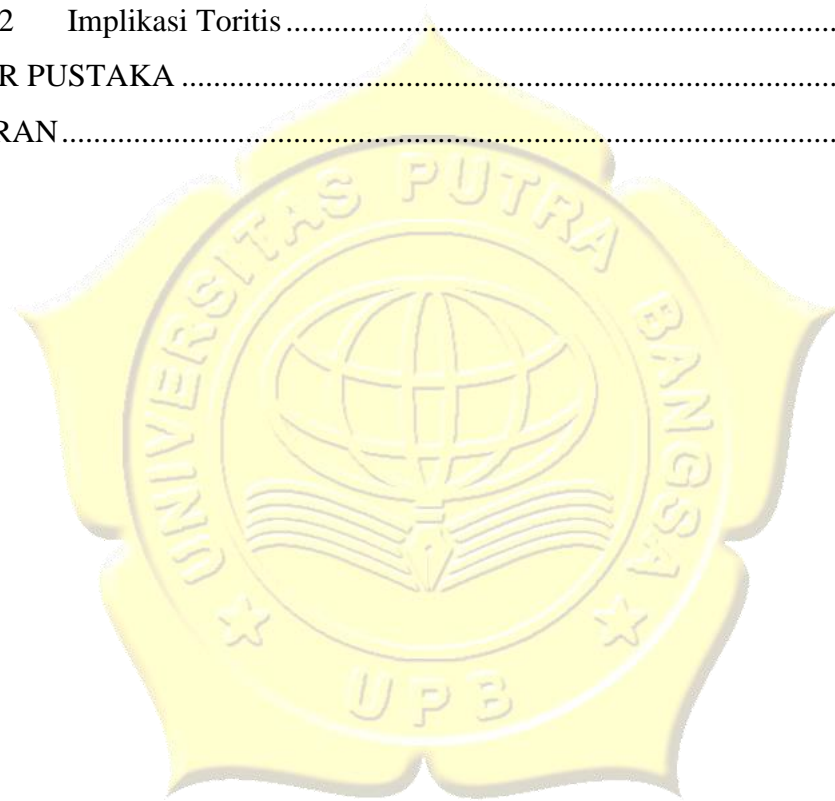
Ari Duwi Prasetyo
NIM 205504371

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	23
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	31
2.1.4 <i>Promotion</i>	34

2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Hubungan Antar Variabel	45
2.4	Model Empiris	47
2.5	Hipotesis.....	47
BAB III		53
METODOLOGI PENELITIAN.....		53
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	53
3.3	Definisi Operasional.....	54
3.4	Instrumen Penelitian Atau Pengumpulan Data	58
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6	Populasi dan Sempel	61
3.6.1	Populasi.....	61
3.6.2	Sampel.....	61
3.7	Teknik Analisis.....	63
3.7.1	Analisis Deskriptif	63
3.7.2	Analisis Statistik	64
BAB IV		74
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		74
4.1	Analisis Deskriptif.....	74
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	74
4.1.2	Data Profil Responden	77
4.2	Analisis Statistik.....	80
4.2.1	Uji Validitas	81
4.2.2	Uji Realibilitas	84
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.2.5	Uji Hipotesis	90
4.3	Pembahasan	94
4.3.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	94
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.3.3	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	95

4.3.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , <i>Brand Trust</i> , dan <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	96
BAB V.....	96
SIMPULAN	96
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Keterbatasan	97
5.3 Implikasi.....	98
5.3.1 Implikasi Praktis	98
5.3.2 Implikasi Toritis.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	108



DATFAR TABEL

Tabel I-1 Pelanggan Telekomunikasi Di Indonesia Pada Kuartal I-2023.....	2
Tabel I-2 Data Pengguna Kartu By.U Telkomsel Di Kabupaten Kebumen	3
Tabel I-3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Provider By.U Di Kabupaten Kebumen.....	3
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel III-1 Indikator Dan Distribusi Variabel Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel III-2 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Word of Mouth</i>	56
Tabel III-3 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Brand Trust</i>	57
Tabel III-4 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Promotion</i>	58
Tabel IV-1 Karakteristik Respdnen Berdasarkan Umur	77
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	81
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	81
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>	82
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	82
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth, Brand Trust,</i> <i>Promotion</i> dan Keputusan Pembelian.....	83
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolieritas.....	85
Tabel IV-11 Hasil Regresi Linier Berganda	87
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial.....	90
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan	91
Tabel IV-14 Hasil Koefisien Determinasi.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	51
Gambar IV-1 Uji Normalitas	84
Gambar IV-2 Uji Heterokesdasitas	86



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner.....	109
2. Lampiran Data Responden.....	115
3. Lampiran Data Tabulasi Jawaban Responden	121
4. Lampiran Hasil Uji Validitas	125
5. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas	127
6. Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik.....	128
7. Lampiran Hasil Regresi Linier Berganda	129
8. Lampiran Uji t.....	129
9. Lampiran Uji F.....	129
10. Lampiran Uji Koefisien Determinasi.....	129
11. Lampiran r Tabel.....	130
12. Lampiran t Tabel.....	133
13. Lampiran F Tabel.....	138
14. Lampiran Kartu Bimbingan	144
15. Lampiran Kartu Seminar.....	145