

HALAMAN MOTTO

“Allah menciptakan kita untuk bahagia. Kita pun jangan mencari-cari alasan untuk tidak bahagia. Mari berbahagia, sekarang, di sini, seperti ini.”

-Fahrudin Faiz



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, keikhlasan, kekuatan, serta kesabaran yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Penulis mempersembahkan karya ini kepada:

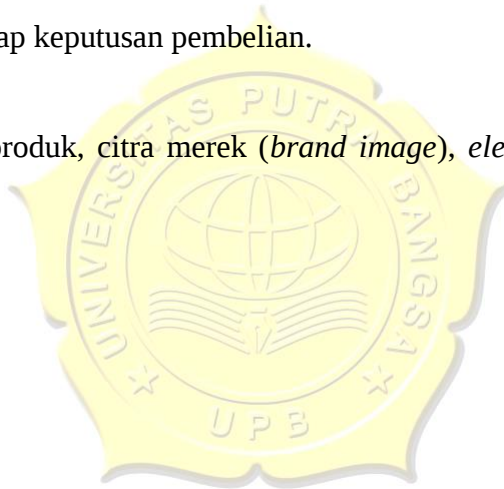
1. Kedua orang tua tercinta, atas doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, serta dukungan penuh yang selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Marynta Putri Pratama, selaku dosen pembimbing di Universitas Putra Bangsa, atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Rekan-rekan seperjuangan, baik dalam kegiatan perkuliahan maupun di luar kelas, yang telah menjadi teman belajar dan motivator selama proses penyusunan tugas akhir ini, serta telah berbagi banyak pengalaman dan cerita.
4. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan fasilitas serta dukungan dalam menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terima kasih atas kebersamaan, doa, dan dukungan yang telah diberikan. Semoga kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek (*brand image*), serta *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Studi ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen yang telah melakukan pembelian pertama dan menggunakan smartphone merek iPhone. Penentuan responden menggunakan teknik *non-probability sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu kualitas produk, *brand image*, dan *electronic word of mouth*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek (*brand image*), *electronic word of mouth*, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and electronic word of mouth on purchasing decisions. This study was conducted among residents of Kebumen Regency who had made their first purchase and were using an iPhone smartphone. Respondents were selected using a non-probability sampling technique, with a sample size of 100 people. Data were collected through questionnaires, and analyzed using multiple linear regression to determine the effect of the independent variables on the dependent variable. The results indicate that all three variables—product quality, brand image, and electronic word of mouth—have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: product quality, brand image, electronic word of mouth, purchasing decisions.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE (Studi pada pengguna smartphone iPhone di Kebumen)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata-1 (S-1) serta memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini menjadi salah satu indikator keberhasilan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, dukungan, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan Civitas Akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu serta dukungan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
3. Semua pihak yang turut membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan demi perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, terutama bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Kebumen, 31 Juli 2025

Penulis,



Mukhtar Hassan Arrafi
205504123



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. Keputusan Pembelian	17
2.1.2. Kualitas Produk	22
2.1.3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	25
2.1.4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	27
2.2. Penelitian Terdahulu	29

2.3.	Hubungan Antar Variabel	32
2.4.	Model Empiris	34
2.5.	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	36
3.2.	Variabel Penelitian	36
3.3.	Definisi Operasional Variabel	37
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	45
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.	Populasi dan Sampel.....	50
3.7.	Teknik Analisis.....	52
3.8.	Alat Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2.	Analisis Deskriptif	63
4.3.	Analisis Statistik	68
4.4.	Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN		85
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3.	Implikasi	87
5.3.1.	Implikasi Praktis	87
5.3.2.	Implikasi Teoritis.....	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel I-I Jumlah Populasi dan Smartphone terkoneksi di Indonesia 2024	3
Tabel I-II Data Penjualan Smartphone di Indonesia Kuartal III– 2024	4
Tabel I-III Data Penjualan Smartphone di Kebumen 2024	7
Tabel I-IV Hasil Observasi	9
Tabel II-I Penelitian Terdahulu	28
Tabel III-I Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel III-II Distribusi Variabel Kualitas Produk	40
Tabel III-III Distribusi Variabel Brand Image	42
Tabel III-IV Distribusi Variabel Electronic Word of Mouth	44
Tabel IV-1 Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel IV-4 Pendapatan Responden.....	65
Tabel IV-5 Alamat Responden.....	66
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	69
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic of Mouth.....	69
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel IV-12 Hasil Uji Rank Spearman.....	74
Tabel IV-13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial (T).....	78
Tabel IV-15 Hasil Uji F.....	79
Tabel IV-16 Hasil Koefisien Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar Model Empiris	33
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Data responden.....	93
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	95
Lampiran 4 Uji Validitas.....	98
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	101
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	101
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	102
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda.....	103
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	103
Lampiran 11 Uji Simultan.....	103
Lampiran 12 Uji Determinasi (R^2).....	104
Lampiran 13 Tabel r Product Moment Pada sig 0,05.....	104
Lampiran 14 Tabel t.....	106
Lampiran 15 tabel F Distribution Nilai Tabel F0,05.....	108
Lampiran 16 Kartu Bimbingan.....	109
Lampiran 17 Kartu Peserta Seminar.....	110