

HALAMAN MOTTO

“Kesuksesan dalam riset adalah rahmat, bukan hanya hasil kerja keras.”

–Ibnu Sina



HALAMAN PERSEMBAHAN

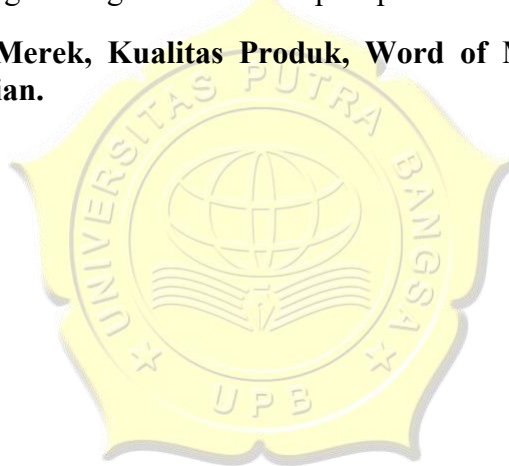
Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidup, berkah, dan rizki-Nya.
2. Ayahanda Slamet dan ibunda Siti Murwati tercinta, yang telah memberikan dukungan, pengorbanan, cinta, kasih sayang yang tulus, selalu memberikan doa terbaiknya, dan dukungan baik secara moril maupun materil
3. Kakak saya tercinta Ufifah Khurohmah dan Aimatul Hidayat yang selalu memberikan cinta, dukungan, dan doa yang tulus.
4. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T.,M.M. yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman saya Hany Nur Asfa, Devi Mardiana Ningsih, Ratna Widya Daniswara, Meva Nabila Putri, Fina Putranti, dan Yusuf Al Khajar yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.
7. Almamater Universitas Putra Bangsa, yang telah memberi kesempatan untuk menjadi keluarga besar mahasiswa Universitas Putra Bangsa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Diri saya sendiri yang telah berhasil menyelesaikan tanggung jawab ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden pengguna laptop Asus. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis SPSS Versi 25 for Windows. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Word of Mouth* (WOM) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel *Word of Mouth* (WOM) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

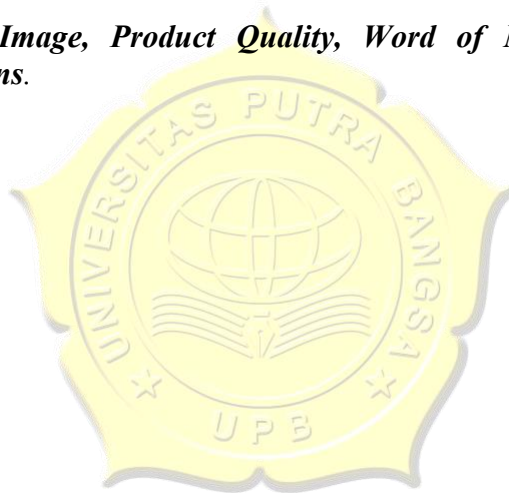
Kata kunci: **Citra Merek, Kualitas Produk, Word of Mouth (WOM), dan Keputusan Pembelian.**



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Word of Mouth (WOM) on Purchasing Decisions. This study was conducted among residents of Kebumen. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents, Asus laptop users. The data collection technique used was questionnaire distribution. The analysis used was validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination. The analysis technique used was SPSS Version 25 for Windows. The results obtained in this study indicate that Brand Image and Product Quality have a positive and significant influence on Purchasing Decisions, while Word of Mouth (WOM) has no significant influence on Purchasing Decisions. Brand Image has a significant influence on Purchasing Decisions, Product Quality has a significant influence on Purchasing Decisions, while Word of Mouth (WOM) has no significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Word of Mouth (WOM), and Purchasing Decisions.*



KATA PENGANTAR

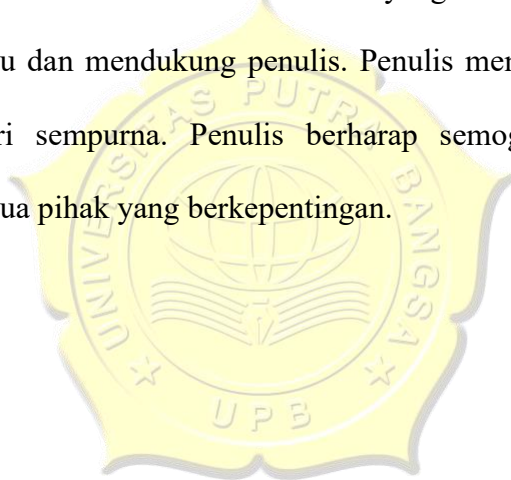
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Kebumen**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya penulis dimasa yang akan datang. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan, motivasi, dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada:

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membantu keberlangsungan penulisan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, -

Penulis,

Nurul Arifin
NIM : 215504563

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
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	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori.....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. Citra Merek	22
2.1.3. Kualitas Produk.....	27
2.1.4. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	30
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel	40
2.3.1. Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	40
2.3.2. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian....	41

2.3.3.	Hubungan antara <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian	42
2.4.	Model Empiris.....	42
2.5.	Hipotesis.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	45
3.1.1.	Objek Penelitian	45
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	45
3.2.	Variabel Penelitian	45
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	50
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	51
3.5.1.	Jenis Data.....	51
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6.	Populasi dan Sampel	54
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	54
3.6.2.	Sampel Penelitian	54
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sempel	55
3.7.	Teknik Analisis	56
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2.	Analisis Kuantitatif.....	56
3.8.	Alat Analisis Data.....	57
3.8.1.	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	57
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.8.4.	Uji Hipotesis	62
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1.	Analisis Deskriptif	66
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.2.	Data Profil Responden	68
4.2.	Analisis Statistik	72
4.2.1.	Uji Validitas	72

4.2.2. Uji Reliabilitas	75
4.3. Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.1. Normalitas	76
4.3.2. Uji Multikolinearitas	78
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.5. Uji Hipotesis.....	82
4.5.1. Uji Parsial (Uji t).....	82
4.5.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	84
4.5.3. Koefisien Determinasi (R²).....	85
4.6. Pembahasan	86
4.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.6.3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.6.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.6.5. Hasil Uji R	90
BAB V SIMPULAN	91
5.1. Simpulan	91
5.2. Keterbatasan.....	92
5.3. Implikasi.....	93
5.3.1 Implikasi Praktis	93
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Top Brand Indeks Kategori Laptop Tahun 2020-2023	4
Tabel I-2 Data Observasi pada Konsumen Pengguna Laptop Asus di Kebumen	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian pada Kuesioner	48
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek pada Kuesioner	48
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk pada Kuesioner	49
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Word of Mouth (WOM) pada Kuesioner	50
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	72
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	74
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	74
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth (WOM)	75
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Word of Mouth (WOM)	76

Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel IV-12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Tahap Pembelian Konsumen	16
Gambar II-2 Model Empiris	43
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas	77
Gambar IV-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 2 DATA RESPONDEN

Lampiran 3 DATA TABULASI KUESIONER

Lampiran 4 UJI VALIDITAS

Lampiran 5 UJI RELIABILITAS

Lampiran 6 UJI NORMALITAS

Lampiran 7 UJI MULTIKOLONIERITAS

Lampiran 8 UJI HETEROSKEDASTISITAS

Lampiran 9 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Lampiran 10 UJI PARSIAL (UJI T)

Lampiran 11 UJI SIMULTAN (UJI F)

Lampiran 12 UJI KOEFISIEN DETERMINASI (UJI R)

Lampiran 13 TABEL T

Lampiran 14 TABEL F

Lampiran 15 TABEL R

Lampiran 16 KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Lampiran 17 KARTU SEMINAR PROPOSAL

