

HALAMAN MOTTO

*“ Tidak Ada Mimpi Yang Terlalu Tinggi. Tak Ada Mimpi Yang Patut Untuk
Diremehkan. Lambungkan Setinggi Yang Kau Inginkan Dan Gapailah Dengan
Selayaknya Yang Kau Harapkan “*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, saya mempersembahkan karya ilmiah ini kepada :

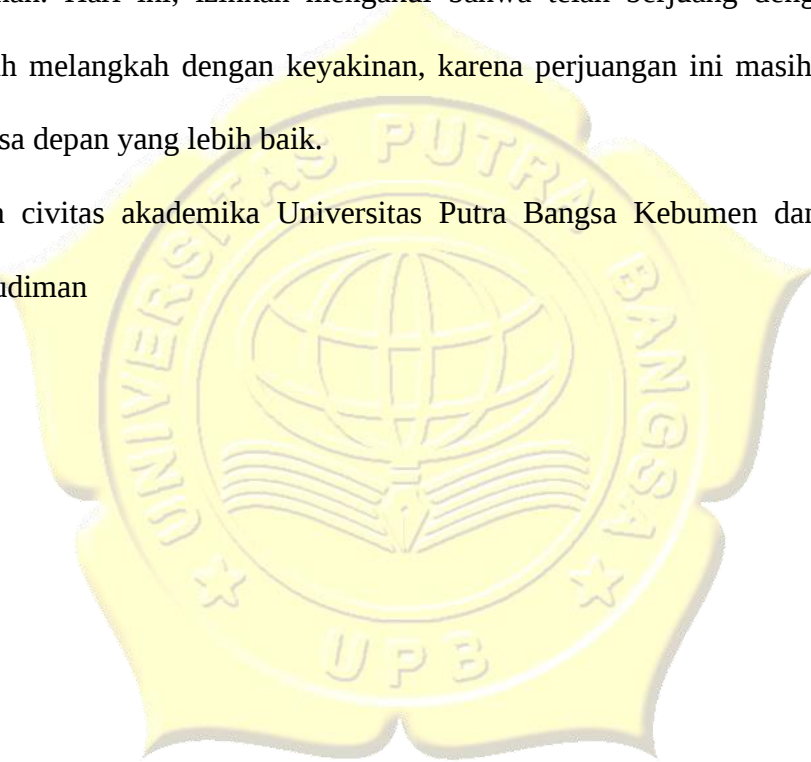
1. Cinta pertama, Ayahanda Slamet. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan tanggung jawab yang telah beliau berikan selama ini. Perjuangan beliau menjadi alasan bagi penulis untuk tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan pendidikan ini. Nasihat, ketegasan, serta nilai – nilai kehidupan yang beliau tanamkan menjadi pedoman dalam melangkah dan mengambil keputusan. Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa segala perjuangan beliau tidak sia – sia, dan menjadi kebanggaan kecil yang dapat penulis persembahkan untuk bapak.
2. Ibu Waty Rahayu, Terima kasih atas kasih sayang yang tulus dan doa yang tidak pernah putus dalam setiap sujudmu. Beliau adalah sumber kekuatan, tempat bersandar, dan penyemangat terbesar dalam hidup penulis. Dukungan, perhatian, serta kesabaran beliau dalam mendampingi setiap proses yang penulis lalui menjadi alasan utama penulis mampu bertahan hingga titik ini. Setiap doa yang beliau panjatkan menjadi jalan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya ilmiah sederhana ini dapat menjadi wujud rasa terima kasih dan bakti penulis atas segala cinta dan pengorbanan yang telah beliau berikan.
3. Kepada Kakak tercinta Intan Nila Sari, Adik tersayang Priamas Ramadhan. Serta ponakan saya yang bernama Arkananta Alvero Meivian Terima kasih

atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih atas nasihat, perhatian, serta motivasi yang selalu mengingatkan penulis untuk tetap semangat dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini.

4. Kepada beliau Ibu Dr.Prihartini Budi Astuti, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan ketelitian, memberikan arahan, serta dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Kepada laki – laki tersayang yang tidak bisa penulis sebutkan, seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Penulis ucapkan terima kasih karena sudah ada untuk penulis dengan menjadi *support system* dalam kondisi suka maupun duka, selalu mendengarkan keluh kesan, dan memberikan dukungan semangat kepada penulis. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan Mutia Rosida Dan Putri Mulia. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing – masing yang berbeda. Kesibukan yang berbeda dan mungkin berada di kota atau yang berbeda, sehingga pertemuan ini selalu terjaga selamanya.
7. *Appresiasi* sebesar – besarnya kepada diri saya sendiri Nesy Chandra Berlianti. Terima kasih telah memilih untuk tetap bertahan di setiap keadaan. Terima kasih sudah berproses, meskipun jalannya tidak selalu mudah dan sering kali melelahkan. Pernah merasa tidak cukup baik, pernah meragukan kemampuan sendiri, bahkan hampir menyerah, namun nyatanya, bisa tetap

melangkah dan tidak berhenti berusaha. Skripsi ini tidak hanya tentang menyelesaikan kewajiban akademik, tetapi tentang perjalanan panjang belajar sabar, belajar disiplin, dan belajar percaya bahwa setiap usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil. Sekarang telah membuktikan bahwa bisa menyandang gelar S.M tepat waktu dan mampu melewati semuanya untuk menjadi pribadi yang lebih kuat. Bangga pada diri sendiri bukanlah hal yang berlebihan. Hari ini, izinkan mengakui bahwa telah berjuang dengan baik. Teruslah melangkah dengan keyakinan, karena perjuangan ini masih panjang dan masa depan yang lebih baik.

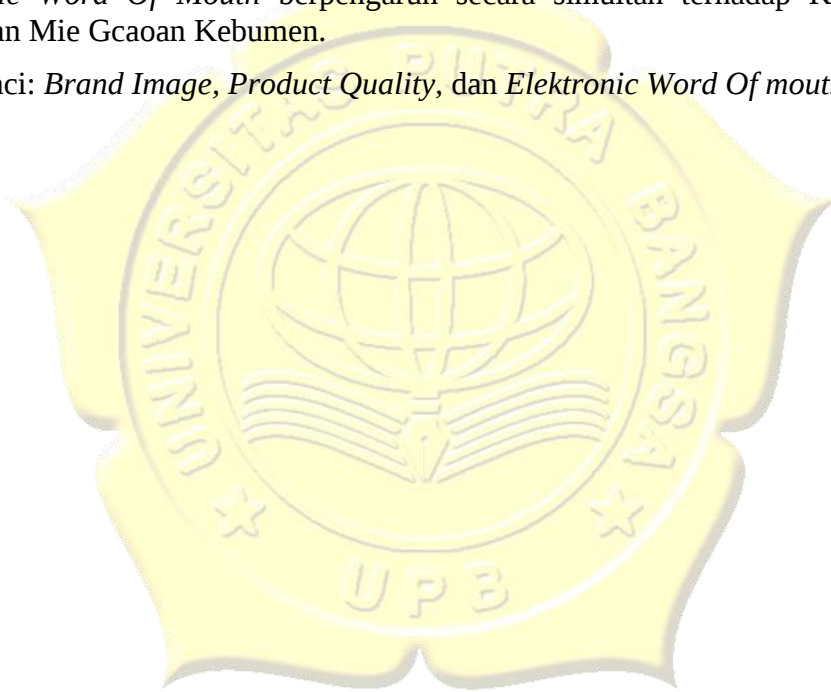
8. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Elektronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan pembelian Mie Gacoan Kebumen. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala likert dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak *SPSS 25 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan *Elektronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. *Brand Image*, *Product Quality* dan *Elektronic Word Of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian Mie Gacoan Kebumen.

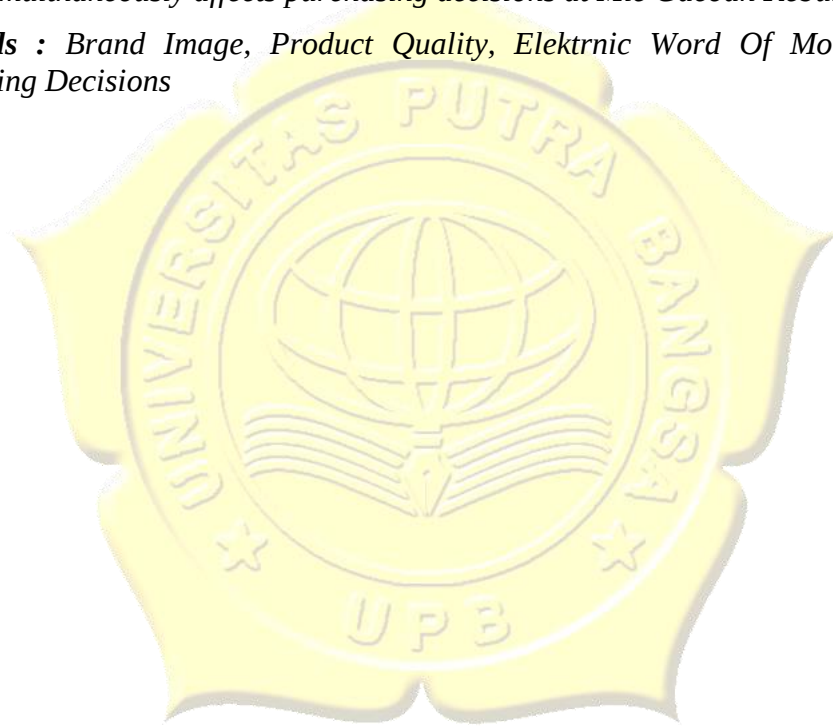
Kata kunci: *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Elektronic Word Of mouth*



ABSTRACT

This study to determine the effect of brand image, product quality and electronic word of mouth on purchasing decisions Mie Gacoan Kebumen. This type of research uses a quantitative approach with a purposive sampling method. Data collection using a questionnaire with a likert scale and a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, t tests, f tests, and coefficients of determination with the help of SPSS 25 for windows software. The results of this study indicate that Brand Image affects purchasing decisions, product quality affects purchasing decisions, and electronic word of mouth affects purchasing decisions. Brand Image, Product Quality and electronic word of mouth simultaneously affects purchasing decisions at Mie Gacoan Kebumen.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Electronic Word Of Mouth, and Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia – NYA , sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* dan *Elektronic Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Kebumen “

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penulisan skripsi ini juga merupakan wujud konkrit dari upaya penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam konteks nyata, khususnya dalam ranah penelitian ilmiah. Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam menyusun karya ilmiah ini dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki, serta melakukan analisis yang merujuk pada teori – teori yang relevan dan didukung . meskipun demikian, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan ini masih terdapat berbagai kekurangan, yang tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa tenaga, pikiran, motivasi, maupun bantuan lainnya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M ., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.

2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Seluruh dosen, staf, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen atas segala ilmu, bantuan, dan fasilitas ygng telah diberikan selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, atas doa dan dukungan moral maupun material, serta kasih sayang , yang senatiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman – teman saya yang telah memberikan dukungan, doa dan kerja sama untuk berjuang sejauh ini.

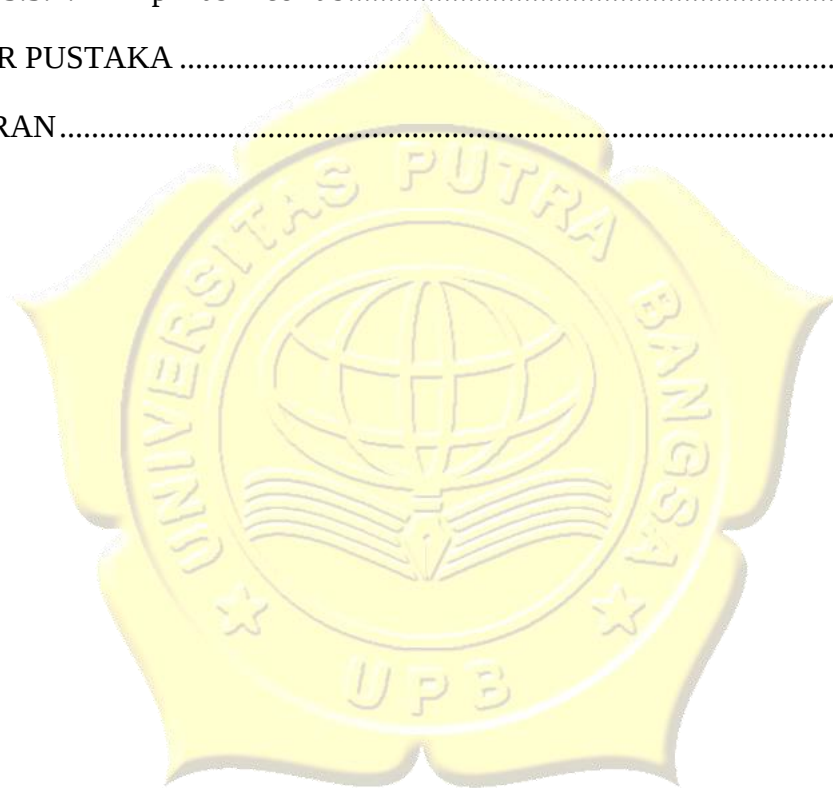
Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis juga menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi seluruh pihak yang memerlukannya.

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	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I	1
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.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15

2.1.	Tinjauan Teori.....	15
2.1.1.	Variabel Keputusan Pembelian (Variabel Y)	15
2.1.2.	<i>Brand Image</i> (Variabel X1)	21
2.1.3.	<i>Produk Quality</i> (Variabel X2)	23
2.1.4.	<i>Electronic Word of Mouth</i> (Variabel X3).....	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	30
2.3.	Hubungan Antar Variabel	37
2.4.	Model Empiris	40
2.5.	Hipotesis	40
BAB III		42
METODE PENELITIAN		42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	42
3.2.	Variabel Penelitian.....	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	46
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.	Populasi dan Sampel	49
3.7.	Teknik Analisis	51
3.8.	Analisis Data	52
BAB IV		61
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Gambaran Umum.....	61
4.2.	Analisis Deskriptif	62
4.3.	Analisis Statistik	67
4.4.	Pembahasan.....	81

BAB V.....	88
SIMPULAN	88
5.1. Simpulan	88
5.2. Keterbatasan.....	90
5.3. Implikasi	91
5.3.1. Implikasi Praktis	91
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Tempat Makan Mie Di Kebumen Berdasarkan Rating Google 2025	4
Tabel I-2 Data Observasi Pembelian Terhadap Mie Gacoan Kebumen	6
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	35
Tabel III-1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) pada Kuisisioner	44
Tabel III-2 Distribusi Indikator <i>Brand Image</i> (X1) pada Kuesioner	44
Tabel III-3 Distribusi Indikator <i>Produk Quality</i> (X2) pada Kuesioner	45
Tabel III-4 Distribusi Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X3) pada Kuisisioner	46
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	68
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	69
Tabel IV-8 Uji Validitas <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	69
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel IV-12 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel IV-13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsil (Uji t).....	78
Tabel IV-15 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	80
Tabel IV-16 Uji Korelasi Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	40
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedastisitas	72
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	101
Lampiran II Data Identitas Responden	106
Lampiran III Data Tabulasi Kuesioner	109
Lampiran IV Uji Validitas	121
Lampiran V Uji Reliabilitas	124
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran VII Uji Regresi Linier Berganda	126
Lampiran VIII Uji Hipotesis	127
Lampiran IX R Tabel	128
Lampiran X T Tabel	131
Lampiran XI F Tabel	134
Lampiran XII Kartu Konsultasi Skripsi	137
Lampiran XIII Kartu Tanda Seminar Proposal	138