

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang



Oleh :

Nama : Irvani Satriannisa Irwan Siri

NIM : 17.05.51.0281

Program Studi : S.1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendarasan skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel)**

Oleh:

Irvani Satriannisa Irwan Siri

NIM : 17.05.51.0281

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 19 Juli 2021

Dosen Pembimbing

Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom

NIDN : 0622056601

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH
COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MAHASISWA
PENGUNA KARTU PERDANA TELKOMSEL)**

Ditulis oleh
NIM : **17.05.51.0281**
Nama : **IRVANI SATRIANNISA IRWAN SIRI**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 13-08-2021
Ketua



(Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH, S.E, M.Kom)
NIDN. 0622056601

Sekretaris



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)
NIDN. 0618076401

Anggota



(Dr. SRI ISNOWATI, SE., M.Si)
NIDN. 0616096601

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA KARTU PERDANA TELKOMSEL)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 30-07-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.



Semarang, 30-07-2021
Yang Menyatakan .

Irwan Satriannisa
(IRYANI SATRIANNISA IRWAN SIRI)
NIM. 17.05.51.0281

SAKSI 1
Tim Penguji



(Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH, S.E, M.Kom)

SAKSI 2
Tim Penguji



(ALIMASKUR, SE., M.KOM)

SAKSI 3
Tim Penguji



(Dr. SRI ISNOWATI, SE., M.Si)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, dan berterima kasih Kepada Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri selaku penulis, terimakasih sudah menjauhkan ego dan kemalasan mu sehingga dapat terselesaikan nya skripsi ini. ***Remember, your future self will thank you for. Stop lying on bed and reach your dream!! 😊***

(Irvani Satriannisa Irwan Siri)

MOTTO

“Maka jangan sekali-kali membiarkan kehidupan dunia ini memperdayakan kamu.”

(Q.S Fatir:5)

“Dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.”

(Q.S. Yusuf: 87)

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim.”

(HR. Ibnu Majah: 224)

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel)

Irvani Satriannisa Irwan Siri
17.05.51.0281

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh variabel *brand awareness*, *brand image*, dan *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini ialah Mahasiswa pengguna kartu perdana telkomsel dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Data primer menggunakan kuesioner dan data sekunder berdasar riset kepustakaan. Hasil penelitian mendapatkan: uji instrument menunjukkan semua indikator *valid* dan semua variabel *reliable*. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan ketiga variabel bebas dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu 68,6 persen. Uji F menampilkan model regresi layak sebagai model penelitian. Hasil uji t dan koefisien regresi menjelaskan, bahwa semua variabel *brand awareness*, *brand image*, dan *word of mouth communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa pengguna kartu perdana Telkomsel.

Kata kunci: *brand awareness*, *brand image*, *word of mouth communication*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND WORD OF MOUTH COMMUNICATION ON PURCHASING DECISION (A Study on Students Who Using Data Usage Telkomsel)

*Irvani Satriannisa Irwan Siri
17.05.51.0281*

This study aims to analyze the effect of brand awareness, brand image, and word of mouth communication variables on purchasing decisions. The population of this research is students using Telkomsel prime card with a sample of 100 respondents using purposive sampling technique. Primary data using questionnaires and secondary data based on library research. The results of the study obtained: the instrument test showed all indicators were valid and all variables were reliable. The coefficient of determination test (R^2) shows that the three independent variables can influence purchasing decisions, namely 68,6 percent. The F test displays a feasible regression model as a research model. The results of the t-test and regression coefficients explain that all variables of brand awareness, brand image, and word of mouth communication have a positive and significant effect on purchasing decisions for students who use Telkomsel prime cards.

Keywords : brand awareness, brand image, word of mouth communication, and purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Papa Irwan Siri & Mama Vini Rachmasatriani sebagai orang tua saya yang telah mendukung, menyemangati, dan mendoakan serta meridhoi setiap langkah yang saya lakukan
2. Kakak Perempuan saya Aulia Rachamanita & Adik laki-laki saya Madin yang senantiasa menjadi penyemangat dan kebahagiaan dalam keseharian
3. Ibu Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, dan Saranya secara tulus dan ikhlas untuk membimbing saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
5. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si selaku kepala program studi manajemen.
6. Seluruh civitas akademik Universitas Stikubank Semarang dan Lembaga yang telah memberikan saya kepercayaan dan kesempatan untuk mendapatkan Beasiswa penuh BPS selama saya kuliah tanpa harus terbebani oleh biaya, saya berterimakasih yang sebesar-besarnya.
7. Sahabat saya Keluarga Cemara terimakasih telah membuat hari-hari selama masa perkuliahan saya berkesan dan tak terlupakan.

8. Teman-teman S-1 Manajemen angkatan 2017
9. Terimakasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu, memberikan semangat, doa serta dukunganya.
10. Seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya.

Semarang, 14 Juli 2021

Penyusun

Irvani Satriannisa Irwan Siri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
MOTTO	6
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
KATA PENGANTAR.....	9
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Manfaat Teoritis (Keilmuan)	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Word of Mouth Communication</i> (Komunikasi dari Mulut ke Mulut)	Error! Bookmark not defined.

2.2	Penelitian Empiris/ Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3	Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Pengaruh <i>Word of Mouth Communication</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Model Grafis.....	Error! Bookmark not defined.
2.5	Model Matematis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE DAN RANCANGAN DESAIN PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.		
3.1	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4	Definisi Konsep dan Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Deskripsi Responden.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Deskripsi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7	Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Model	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Uji F	Error! Bookmark not defined.
3.8.3	Uji Hipotesis (t).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.		
4.1	Hasil Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.

4.1.1	Deskripsi Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Deskripsi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Uji Realibilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Regresi berganda, Uji R ² , Uji F, dan Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pengujian Model dan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Model F.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Uji Hipotesis (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	<i>Brand Awareness</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	<i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	<i>Word of Mouth Communication</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI..		Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3	Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.4	Agenda Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 1: SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2: LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3: KUESIONER PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4 : IDENTITAS RESPONDEN.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5: TABULASI DATA JAWABAN KUESIONER		Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 6: FREKUENSI IDENTITAS RESPONDENError! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 7: FREKUENSI JAWABAN.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 8 : UJI VALIDITAS.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 9 : UJI RELIABILITASError! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 10: HASIL UJI REGRESI, UJI F, UJI TError! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	39
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	41
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth Communication</i>	42
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.11 Hasil Regresi Berganda,Uji F, Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Operator Selular Tahun 2020.....	3
Gambar 2.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	11
Gambar 2.2 Piramida Brand Awareness	15
Gambar 2.3 Model Grafis	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	65
Lampiran 2 Lembar Bimbingan	69
Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian	71
Lampiran 4 Tabulasi Identitas Responden	76
Lampiran 5 Tabulasi Data Jawaban Responden	79
Lampiran 6 Frekuensi Identitas Responden	89
Lampiran 7 Frekuensi Jawaban Responden	90
Lampiran 8 Uji Validitas.....	97
Lampiran 9 Uji Reliabilitas	102
Lampiran 10 Hasil Regresi, Uji F, Uji t.....	106