

**PENGARUH *CITRA MEREK* DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND APPLE  
(IPHONE) Di JAKARTA**

**Oleh:**

**Nama : Irwan Cendana**

**NIM : 29180315**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND APPLE (IPHONE) DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Irwan Cendana**

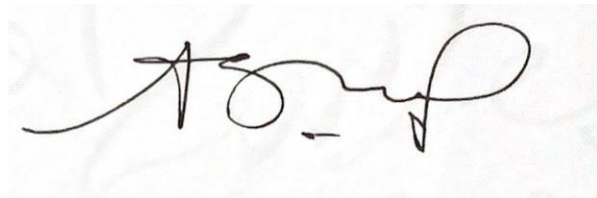
**NIM : 29180315**

**Jakarta, 9**

**Agustus 2022**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**



**(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

**© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Irwan Cendana / 29180315 / 2022 / Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Brand Apple (Iphone) di Jakarta / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat pada masa sekarang ini mendorong setiap individu untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Pada saat ini agar setiap individu dapat saling terhubung tanpa mengenal jarak dan waktu, mereka semua dapat menggunakan *handphone* (telepon genggam) yang saat ini menjadi alat komunikasi yang praktis dengan dapat dibawa kemana-mana. Dengan begitu hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena setiap *brand handphone* tersebut memiliki keunggulannya masing-masing. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, faktor-faktor seperti citra merek, *word of mouth*, merupakan hal penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, *word of mouth*, terhadap keputusan pembelian pada *brand Apple (Iphone)* di Jakarta.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori citra merek, *word of mouth* dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, citra merek, dan *word of mouth* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah produk Apple yaitu Iphone. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 184 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software WarpPLS 7.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: Citra Merek, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

**Irwan Cendana / 29180315 / 2022 / The Influence of Brand Image and Word of Mouth on Apple (Iphone) Brand Purchase Decisions in Jakarta / Supervisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.**

The rapid development of technology and the internet at this time encourages every individual to communicate with each other quickly and easily. At this time so that each individual can be connected to each other regardless of distance and time, they can all use handphones (mobile phones) which are now practical communication tools that can be carried anywhere. That way this creates increasingly fierce competition because each mobile phone brand has its own advantages. In the face of increasingly fierce competition, factors such as brand image, word of mouth, are important in influencing consumer purchasing decisions. Therefore, this study aims to determine the effect of brand image, word of mouth, on purchasing decisions on the Apple (Iphone) brand in Jakarta.

The theory used to support this research is the theory of brand image, word of mouth and purchasing decisions. In this study, brand image, and word of mouth as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable.

The object of this research is an Apple product, namely the Iphone. The data collection technique used in this study is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 184 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 7.0 software.

The results of this study indicate that brand image and word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been shown to have a positive and significant effect.

**Keywords:** Brand Image, Word of Mouth, Purchase Decision.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Brand Apple (Iphone) di Jakarta" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Deribson Siagian, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Harris Pangih, William Tanudjaja, Jose Wylie Widodo, Allesandro Aprilio, dan Stanley Andhika selaku sahabat terdekat penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.



6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, Agustus 2022

Penulis

Irwan Cendana

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	2
ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR LAMPIRAN.....	11
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Identifikasi Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Batasan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Batasan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Rumusan masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Landasan Teoritis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>





B.	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Simpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Copyright © 2019 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

d. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 2	Penelitian Terdahulu 2 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 3	Penelitian Terdahulu 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 4	Penelitian Terdahulu 4 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1	Pengukuran Variabel Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2	Pengukuran Variabel Word of Mouth .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3	Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Melakukan Pembelian Produk Iphone .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2	Persentase Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3	Pengujian Validitas Variabel Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4	Pengujian Validitas Variabel Word of Mouth .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5	Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8	Skor Rata-rata Variabel Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9	Skor Rata-rata Variabel Word of Mouth .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10	Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11	Hasil Evaluasi Model Struktural.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12	Pengaruh antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Penelitian ini telah disetujui dan disahkan oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie pada tanggal 10 Mei 2023. Penulisan karya ilmiah ini merupakan tanggung jawab penulis. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur plagiarisme. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak cipta. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak paten. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak merek. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak paten. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak merek. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak paten. Penulisan karya ilmiah ini tidak mengandung unsur pelanggaran hak merek.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data pengguna Smartphone aktif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1	Logo Apple .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Hasil Output .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1 Uji Validitas .....	<u>86</u>
2 Uji Realibilitas .....	<u>89</u>
3 Profil Responden.....	<u>90</u>
4 Statistik Deskriptif Setiap Variabel .....	<u>90</u>
5 Hasil Evaluasi Model Struktural .....	<u>102</u>
6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	<u>102</u>
7 Pengaruh antar Variabel.....	<u>103</u>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.