

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK
SMARTPHONE SAMSUNG DAN IPHONE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Chandramely Novi Christie

NPM: 12 03 19372

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2016

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK
SMARTPHONE SAMSUNG DAN IPHONE**

Disusun Oleh:

Chandramely Novi Christie

NPM : 12 03 19372

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Tanggal 13 Juni 2016

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK
SMARTPHONE SAMSUNG DAN IPHONE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Chandramely Novi Christie

NPM : 12 03 19372

telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 14 Juli 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana
Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

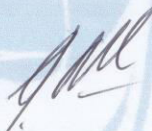
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.



Drs. Gunawan Jiwanto, MBA



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 14 Juli 2016

Dean Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

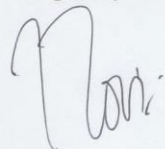
**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK
SMARTPHONE SAMSUNG DAN IPHONE**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Yang menyatakan,



Chandramely Novi Christie

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Komunikasi <i>Word-of-Mouth</i>	10
2.2. Komunikasi <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	11
2.3. Merek	13
2.4. Citra Merek	14

2.5. Niat Beli Ulang	15
2.6. Penelitian Terdahulu	16
2.7. Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Sumber Data	32
3.2.1. Data Primer	32
3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel	34
3.3.1. Populasi	34
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Metode Pengukuran Variabel	35
3.6. Definisi Operasional	36
3.7. Pengukuran Instrumen Penelitian	38
3.7.1. Uji Validitas	38
3.7.2. Uji Reliabilitas	39
3.8. Metode Analisis Data	39
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	40
3.8.2. Analisis Regresi Berganda	40
3.8.3. Analisis <i>Independent Sample T-Test</i>	41
BAB IV ANALISIS DATA	43
4.1. Penjelasan Penelitian	43
4.2. Analisis Karakteristik Demografi Respoden	44
4.3. Analisa Data	47
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.4.2. Analisis Regresi Berganda	50

4.4.3. Analisis <i>Independent Sample T-Test</i>	53
4.4. Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	57
4.5. Pembahasan.....	58
 BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Implikasi Manajerial	64
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	65
5.4. Saran.....	66
 Daftar Pustaka	67
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Lima Teratas Dunia Penjualan Merek <i>Smartphone</i> Berdasarkan Pengiriman	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner	44
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Merek <i>Smartphone</i>	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan/ Uang Saku Per Bulan (Samsung).....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan/ Uang Saku Per Bulan (iPhone)	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (Samsung)	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (iPhone).....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas (Samsung).....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas (iPhone)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (t).....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F	53

Tabel 4.13	Perbedaan Penilaian Perspektif Atas EWOM, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.14	Perbedaan Penilaian Perspektif Atas EWOM, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang Berdasarkan Pendapatan dan/ Uang Saku Per Bulan	56
Tabel 4.15	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	57



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	29



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran I Kuesioner	72
Lampiran II Data Karakteristik Responden.....	74
Lampiran III Uji Reliabilitas dan Validitas	75
Lampiran IV Regresi Berganda	78
Lampiran V <i>Independent Sample T-Test</i>	80
Lampiran IV Rekap Data Kuesioner.....	84

ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK *SMARTPHONE* SAMSUNG DAN IPHONE

Disusun Oleh:
Chandramely Novi Christie
NPM : 12 03 19372

Dosen Pembimbing
Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *electronic word-of-mouth* terhadap niat pembelian ulang, (2) pengaruh citra merek terhadap niat pembelian ulang, dan (3) pengaruh *electronic word-of-mouth* dan citra merek secara bersama-sama terhadap niat pembelian ulang pada merek *smartphone* Samsung dan iPhone. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan responden sebanyak 294 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan mengirimkan *link* kuesioner dari *google forms* kepada teman-teman di BBM dan LINE. Kuesioner berisikan 12 *item* pernyataan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan *independent sample t-test*.

Hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word-of-mouth* tidak berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang, citra merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang, serta *electronic word-of-mouth* dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Berdasarkan hasil uji beda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penilaian pengguna *smartphone* Samsung terhadap *electronic word-of-mouth*. Pengguna *smartphone* Samsung yang berjenis kelamin laki-laki lebih memperhatikan *electronic word-of-mouth* dibandingkan dengan perempuan, berbeda dengan pengguna *smartphone* iPhone yang ditemukan tidak terdapat perbedaan penilaian yang signifikan. Selain itu, pada penelitian ini juga menunjukkan tidak ada perbedaan penilaian yang berarti pada pengguna Samsung maupun iPhone atas citra merek dan niat beli ulang berdasarkan perbedaan jenis kelamin, dan tidak ada perbedaan penilaian pengguna *smartphone* Samsung dan iPhone atas *electronic word-of-mouth*, citra merek, dan niat beli ulang berdasarkan pendapatan dan/ uang saku per bulan.

Kata kunci: *electronic word-of-mouth*, citra merek, dan niat pembelian ulang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih, rahmat dan penyertaan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Electronic Word-Of-Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Merek *Smartphone* Samsung Dan Iphone”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan kekuatan dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran-saran kepada penulis dengan penuh perhatian dan kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Gunawan Jiwanto, MBA dan Ibu Nadia Nila Sari, SE, MBA selaku Dosen Penguji dan memberikan masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Rektor, Dekan, dan Kaprodi terima kasih telah memberikan yang terbaik dalam pengabdianya.

5. Segenap Dosen dan Staff Pengajar yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
6. Papa, Mama, dan Chandra atas dukungan, semangat, kasih sayang dan doa yang tak pernah putus kepada penulis. Kalian adalah sumber semangat dan inspirasiku.
7. Team Hore (Femy, Thea, Gerry) terima kasih atas dukungan, doa dan segala bantuannya bagi penulis.
8. Teman-teman dari Kelas C 2012 (Egian, Firman, Meilanie, Ardo, Yoseph, Wahyu, Putra, Diah, Aris, Nike, Pricil, El, Anton, Anes, Yanuar, dll) yang telah menjadi teman seperjuangan semasa kuliah, terima kasih telah memberikan banyak pengalaman, canda tawa, motivasi, dan segala yang baik.
9. Kelompok KKN 27 Tulangan (Rozi, Dias, Fifi, Yoshua, Refael, Ayu, Astri, Yogie) dalam suka duka memberikan yang terbaik untuk sesama dalam pengabdian masyarakat.
10. Bapak Budi dan Ibu Sarti sekeluarga, atas 3 minggu di Tulangan Samigaluh yang telah menerima dan memberikan yang terbaik bagi Kelompok 27 Tulangan KKN UAJY 68.
11. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi Ardo, Yoseph, Thomson, Zerlika, Made, Ino, Martin, Alexa, Anastasia, Daniel, Giri, dan Rizky, yang saling membantu satu sama lain dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (HMPSM FE UAJY)

alumnus maupun penerus, terima kasih saling menopang dan memberikan yang terbaik bagi sesama, sukses untuk semuanya!.

13. Teman-teman seperjuangan angkatan 2012 yang telah membantu penulis dalam berproses selama empat tahun terakhir.

14. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan dalam skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Penulis

Chandramely Novi Christie