



**ANALISIS PENGARUH *WORD OF MOUTH POSITIF*, *BRAND IMAGE*
DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SMARTPHONE SAMSUNG***

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2015 Universitas
Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**Ayu Wulandari
NIM. 13.1041.1065**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2017

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Image* dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Bayu Wijayantini, SE, MM
NPK. 10 09 061

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M.NaelyAzhad, Msi
NPK. 1996612311993031006

Yohanes Gunawan, MM
NPK. 1984060411703794

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani SE, M.Si.
NPK. 01.09.289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran Allah subhanawata'ala yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir / skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi akhir jaman Muhammad SAW, sehingga penulis mampu mendapatkan hidayah dari Allah SWT dengan adanya Iman dan Islam.

Penulis sangat menyadari akan kekurangan dalam menyusun skripsi ini dan untuk itulah, penulis dengan senang hati menerima kritikan serta saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

- a. Dr. Arik Susbiyani SE, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs.M Naely Azhad, Msi,selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gunawan,MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Bayu Wijayantini SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas.Terima kasih

untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.

- g. Semua saudara-saudaraku tercinta dan segenap keluarga lainnya, yang senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi serta biaya demi kesuksesan studi peneliti.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 dan seluruh sahabat-sahabatku terima kasih atas bantuan, dukungan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi, Akhir kata Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.RumusanMasalah	6
1.3.Tujuan dan kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2.1 Bauran Promosi.....	10
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth Marketing</i>	14
2.1.4 Perilaku Konsumen	15
2.1.4.1 Model Prilaku Konsumen	17

2.1.4.2	Keputusan pembelian	18
2.1.4.3	Tahap Keputusan Pembelian	20
2.1.5	<i>Brand Image</i>	21
2.1.5.1	Elemen-elemen Merek	22
2.1.5.2	Faktor-faktor yang membentuk citra merek	22
2.1.6	Atribut Produk	24
2.1.6.1	Unsur Atribut produk	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Konseptual	27
2.4	Hipotesis	27
BAB 3	METODE PENELITIAN	29
3.1	Identifikasi Variabel	29
3.2	Definisi Operasional Variabel	30
3.3	Desain Penelitian	31
3.4	Metode pengambilan sampel	31
3.4.1	Populasi	31
3.4.2	Sampel	31
3.5	Teknik pengambilan sampel	32
3.6	Jenis dan Sumber Data	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data	33
3.8	Teknik Analisis data	33
3.8.1	Statistik Deskriptif	34
3.8.2	Uji Instrumen	34
3.8.2.1	Uji Validitas	35
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	37
3.8.4.1	Uji Multi Kolinearitas	37
3.8.4.2	Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.4.3	Uji Normalitas	38
3.8.5	Pengujian Hipotesis	38

3.8.5.1 Uji t	38
3.8.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2 Sejarah Perkembangan Smartphone.....	41
4.2 Karakteristik Responden	43
4.3 Analisis Data	44
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	45
4.3.1.1 <i>Word of Mouth</i>	45
4.3.1.2 <i>Brand Image</i>	46
4.3.1.3 Atribut Produk.....	48
4.3.1.4 Keputusan Pembelian	49
4.3.2 Pengujian Instrumen Data	51
4.3.2.1 Pengujian Validitas	51
4.3.2.2 Pengujian Reliabelitas	52
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.3.4 uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.4.1 Pengujian Multikolinearitas	55
4.3.4.2 Pengujian Heterokedastisitas	55
4.3.4.3 Pengujian Normalitas	57
4.3.5 Pengujian Hipotesis	58
4.3.5.1 Uji t	58
4.3.5.2 Koefisien Determinasi	59
4.4 Pembahasan	59
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i>	2
Tabel 1.2 Data Pra Penelitian Mahasiswa.....	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis kelamin	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	44
Tabel 4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i>	45
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	47
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Atribut Produk</i>	48
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Keputusan Pembelian</i>	50
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas	52
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji t dan Koefisien determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	20
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	56
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 4: Uji Validitas
- LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis

Daftar Pustaka

- Agustina, N. A. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Jember)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Tidak dipublikasi.
- Akbar, K. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung jenis Android*. Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Tidak dipublikasi.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Edisi-2*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hasyim, Muhammad Alfa (2017). **Pengaruh Citra Merek terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy)**. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.43.No.1
- Nugroho, J. (2008). *Perilaku Konsumen edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Staton, Jame, w. (2007). *Prinsip Pemasaran edisi 7 jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- (2009). *Manajemen Pemasaran. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Edisi ke-13, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?.Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Latan, H. (2013). *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Littlejohn, S. d. (2014). *Teori komunikasi dialih bahasakan oleh : Mohammad Yusuf Hamdan*. Jakarta: Salemba humanika.
- Prayitno, D. (2010). *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Schiffman, L. d. (2008). *Perilaku Konsumen Dialih bahasakan oleh Zoelkifli kipli edisi ketujuh*. Jakarta: indeks.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Website:

wikipedia.com

TrendForce.com

<http://www.kangerik.com/kenapa-pilih-samsung-dibandingkan-merk-lain-ini-alasannya/>

http://www.kompasiana.com/kholil_rohman/berkembang-pesatnya-telekomunikasi-dan-jaringan-sesuai-dengan-perkembangan-zaman_570b2d6e587b616c051dacd0

<http://www.wellcommshop.com/perkembangan-menarik-smartphone-dari-masa-ke-masa->