

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI
*MALL LIPPO CIKARANG***

SKRIPSI

**Oleh:
Raissa Niar Ramadhini
201910325122**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di *Mall Lippo*
Cikarang

Nama Mahasiswa : Raissa Niar Ramadhini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325122

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023



Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN: 0327128105

Pembimbing II

Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd
NIDN: 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga
Terhadap Kepuasan Pembelian Mixue di *Mall Lippo*
Cikarang

Nama Mahasiswa : Raissa Niar Ramadhini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325122

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M
NIDN. 0313117902

Sekretaris Tim : Neng Siti Komariah S.E., M.M
Penguji NIDN. 0327128105

Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP
NIDN. 0302066905

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302


Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Mall Lippo Cikarang”** adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila pada kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Raissa Niar Ramadhini

NPM : 201910325122

ABSTRAK

Raissa Niar Ramadhini 201910325122. Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di *Mall Lippo Cikarang*.

Penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh secara parsial dan juga secara simultan dari variabel independen *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian pada Mixue di *Mall Lippo Cikarang*. Penelitian ini dilakukan di outlet Mixue yang berada di Mall Lippo Cikarang. Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya karena cukup luas atau *infinite*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden dengan jumlah 97 sampel kemudian hasil data diolah menggunakan aplikasi olah data SPSS 25 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam uji t parsial, variabel *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Adapun hasil dari uji f menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mixue di *Mall Lippo Cikarang*.

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

ABSTRACT

Raissa Niar Ramadhini 201910325122. *The Influence of Word of Mouth, Brand Image, and Price on Mixue Purchasing Decisions at Mall Lippo Cikarang.*

This research is to find out about the effect partially and simultaneously of the independent variables Word of Mouth, Brand Image, and Price on the dependent variable Purchase Decision at Mixue at Mall Lippo Cikarang. This research was conducted at the Mixue outlet in Lippo Cikarang Mall. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study cannot be known with certainty because it is quite large or infinite. This study used a purposive sampling technique using a questionnaire distributed to respondents with a total of 97 samples and then the results of the data were processed using the SPSS 25 data processing application.

The results of this study indicate that in the partial t test, the word of mouth variable has no significant effect on purchasing decisions, brand image has a significant effect on purchasing decisions, and price has a significant effect on purchasing decisions. The results of the f test show that the Word of Mouth, Brand Image, and Price variables jointly or simultaneously influence the Mixue Purchase Decision at Mall Lippo Cikarang.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Mall Lippo Cikarang”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini diberi semangat, dorongan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspitaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Neng Siti Komariah, S.E., M.M dan Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam pembuatan skripsi ini kepada penulis.
5. Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

7. Kepada yang teristimewa orang tua penulis yang telah memberikan banyak ilmu, do'a, semangat serta selalu memberikan dorongan dan motivasi selama proses pembuatan skripsi.
8. Sepupu perempuan penulis Sevilla Putri Nuraini yang telah memberikan waktunya untuk memotivasi, memberi dorongan, serta senantiasa memberikan saran kepada penulis.
9. Para sahabat penulis Haifa Erviana, Uswatul Fitroh, dan Dea Marwinda yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, karunia, rahmat-Nya, serta membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang telah memberikan ilmu, dorongan, motivasi, bimbingan, bantuan serta sarannya kepada penulis.

Jakarta, 19 Juni 2023

Penulis,



Raissa Niar Ramadhini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Tugas Akhir	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Telaah Teoritis.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran	12
2.2 Word of Mouth.....	14
2.2.1 Faktor Pendukung Word of Mouth.....	16
2.2.2 Dimensi Word of Mouth.....	16
2.2.3 Indikator Word of Mouth	16
2.3 Citra Merek	17
2.3.1 Faktor Pendukung Citra Merek	19
2.3.2 Dimensi Citra Merek	19
2.3.3 Indikator Citra Merek	20
2.4 Harga	20
2.4.1 Faktor Pendukung Harga	22

2.4.1 Faktor Pendukung Harga	22
2.4.2 Dimensi Harga	22
2.4.3 Indikator Harga.....	22
2.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1 Faktor Pendukung Keputusan Pembelian.....	24
2.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.6 Telaah Empiris	26
2.7 Kerangka Konseptual	29
2.8 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	36
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan	42
4.1.2 Logo Perusahaan.....	42
4.1.3 Visi Misi Mixue.....	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	44
4.2.2 Identitas Responden.....	45
4.3 Uji Kualitas Data	52

4.3.1 Uji Validitas.....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.3.5 Uji Hipotesis	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan	72
5.3 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Perbandingan Harga Merek Minuman Boba.....	3
2.1 Telaah Empiris.....	26
3.1 Tabel Operasional Variabel.....	37
4.1 Tabel Hasil Penyebaran Kuesioner.....	44
4.2 Tabel Jenis Kelamin Responden.....	45
4.3 Tabel Usia Resonden.....	46
4.4 Tabel Pekerjaan Responden.....	48
4.5 Tabel Pendapatan Responden.....	50
4.6 Tabel Intensitas Pembelian Responden.....	51
4.7 Tabel Hasil Uji Validitas.....	53
4.8 Tabel Uji Reabilitas.....	55
4.9 Tabel Uji Normalitas Monte Carlo.....	56
4.10 Tabel Uji Multikolinieritas.....	57
4.11 Tabel Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.12 Tabel Uji F.....	61
4.13 Tabel Uji T.....	62
4.14 Tabel Uji R Square.....	63

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Pertumbuhan Industri Kuliner.....	2
1.2 Gambar Gerai Minuman Boba 2021.....	3
1.3 Gambar Kerangka Konseptual.....	30
4.1 Gambar Logo Mixue.....	43
4.2 Gambar Diagram Jenis Kelamin.....	46
4.3 Gambar Diagram Usia Responden.....	47
4.4 Gambar Diagram Pekerjaan Responden.....	49
4.5 Gambar Diagram Pendapatan Responden.....	50
4.6 Gambar Diagram Intensitas Pembelian Mixue.....	52
4.7 Gambar Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Data

Lampiran 5 Uji Data SPSS 25

Lampiran 6 Uji R, F, dan T Tabel

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

