

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OUTLET* HOTMIE PADURENAN**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Rima Isdayanti

NPM: 41183402190054



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OUTLET* HOTMIE
PADURENAN

Tanggal : 20 Juli 2023

oleh

Rima Isdayanti
NPM : 41183402190054

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OUTLET* HOTMIE
PADURENAN

Tanggal : 27 Juli 2023

oleh

Rima Isdayanti
NPM : 41183402190054

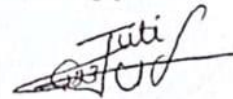
Diuji oleh,

Penguji I



Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E.

Penguji II



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rima Isdayanti
NPM : 41183402190054
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Promosi dan *Word of Mouth*
terhadap Keputusan Pembelian pada *Outlet Hotmie*
Padurenan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apa pun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 27 Juli 2023

Yang menyatakan,



Rima Isdayanti

ABSTRAK

Rima Isdayanti (41183402190054)

Pengaruh Citra Merek, Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada *Outlet* Hotmie Padurenan

xiv + 147 halaman + 24 tabel + 2 gambar + 17 lampiran

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian di *Outlet* Hotmie Padurenan dengan kriteria konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali pembelian di *Outlet* Hotmie Padurenan, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Penggunaan metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada konsumen. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan regresi linier berganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 24.0* (SPSS 24.0).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) secara parsial variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan (3) secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,820 yang berarti besarnya pengaruh citra merek, promosi dan *word of mouth* secara bersama-sama mempunyai pengaruh sebesar 82% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 18% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka : 54 (2005-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamualaikum wr.wb.

Dengan memanjatkan puji syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada *Outlet* Hotmie Padurenan”. Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S-1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan, saran, dan ikut memotivasi dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestu, S.E., M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E. dan Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. Selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan pada saat sidang skripsi.
5. Dosen-dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing, memberikan dan membagi ilmunya kepada kami semua dari semester awal sampai sekarang.

6. Kepada Bapak Haris dan Bapak Faqih selaku *Human Resource Development (HRD) Outlet* Hotmie Padurenan, terima kasih karena telah membantu memberikan arahan dan bimbingan selama proses penelitian berlangsung juga telah memberikan izin riset serta memberikan data penelitian untuk penulisan skripsi ini.
7. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Isman dan Ibu Suhayati terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, biaya kuliah, uang jajan dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis bisa mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M), semoga penulis dapat membanggakan kalian.
8. Kepada diri sendiri yang telah bekerja keras dari awal sampai akhir dan berhasil mengalahkan rasa malas dan rasa ingin menyerah.
9. Untuk Maulana Ibrahim yang telah berkontribusi sejak awal penulisan skripsi ini sampai titik dimana saya akhirnya mendapatkan gelar S.M terimakasih banyak telah meluangkan baik, waktu, tenaga, pikiran, materi maupun moril kepada saya. Semoga gelar ini bermanfaat dan kedepannya diberikan segala kemudahan untuk mencapai segala sesuatu yang kita inginkan.
10. Untuk sahabat perjuangan yaitu Ayuni terima kasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis, dan selalu memberikan semangat serta memberikan tips-tipsnya agar lancar dalam penyelesaian penulisan skripsi.
11. Untuk sahabat kecil yaitu Hubiyatul Abadiyah terimakasih selalu memperkenankan penulis untuk menyelesaikan tugas akademik di rumah, terimakasih sudah bersama-sama sampai saat ini dalam suka maupun duka dan terimakasih sudah selalu support.
12. Semua pihak yang telah mendukung serta membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan sehingga penulis bisa berada di titik ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Sehingga dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan adanya kritik, saran serta masukan sebagai perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 27 Juli 2023

Penulis

Rima Isdayanti

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Citra Merek.....	16
2.1.1 Definisi Citra Merek.....	16
2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Citra Merek.....	17
2.1.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.2 Promosi.....	18
2.2.1 Definisi Promosi.....	18
2.2.2 Tujuan Promosi.....	20
2.2.3 Indikator Promosi.....	21
2.3 <i>Word of Mouth</i>	22
2.3.1 Definisi <i>Word of Mouth</i>	22
2.3.2 Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i>	23

2.3.3	Faktor yang Memengaruhi <i>Word of Mouth</i>	25
2.3.4	Indikator <i>Word of Mouth</i>	25
2.4	Keputusan Pembelian	26
2.4.1	Definisi Keputusan Pembelian	26
2.4.2	Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian	29
2.5	Penelitian Terdahulu.....	30
2.6	Kerangka Pemikiran	37
2.7	Formulasi Hipotesis.....	39
2.7.1	Pengaruh Antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.7.2	Pengaruh Antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.7.3	Pengaruh Antara <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Desain Penelitian	43
3.1.1	Metode Penelitian.....	43
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.1.3	Populasi dan Sampel	44
3.2	Sumber Data	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4	Instrumen Penelitian.....	47
3.4.1	Variabel Citra Merek (X_1).....	48
3.4.2	Variabel Promosi (X_2).....	48
3.4.3	Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3).....	49
3.4.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
3.5	Metode Analisis Data	51
3.6	Uji Kualitas Data	51
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	52
3.7	Uji Asumsi Klasik	52
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53

3.9 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Outlet</i> Hotmie	57
4.2 Profil Data Responden.....	57
4.3 Deskripsi Variabel.....	59
4.3.1 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.3.2 Deskripsi Data Variabel Citra Merek (X ₁).....	61
4.3.3 Deskripsi Data Variabel Promosi (X ₂).....	62
4.3.4 Deskripsi Data Variabel <i>Word of Mouth</i> (X ₃).....	65
4.4 Uji Kualitas Data	66
4.4.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas	66
4.4.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas.....	68
4.5.2 Uji Multikolinearitas	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.7 Analisis Data dan Uji Hipotesis	73
4.7.1 Uji T (Parsial).....	73
4.7.2 Uji F (Simultan)	74
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	75
4.8 Pembahasan	76
4.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	77
4.8.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.8.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.8.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	79
4.9 Kelemahan Penelitian.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	82

5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Hotmie Padurenan (Januari - Desember, 2022).....	3
1.2 Hasil Pra-Riset Keputusan Pembelian.....	4
1.3 Hasil Pra-Riset Promosi.....	7
1.4 Daftar Kompetitor <i>Outlet</i> Mie Pedas di Mustikajaya.....	8
1.5 Hasil Pra-Riset Citra Merek.....	9
1.6 Hasil Pra-Riset <i>Word of Mouth</i>	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
3.1 Penilaian Skala Likert.....	46
3.2 Koefisien Korelasi dan Taksirannya.....	56
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2 Data Resonden Berdasarkan Usia.....	58
4.3 Skor Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.4 Skor Jawaban Responden atas Variabel Citra Merek (X_1).....	61
4.5 Skor Jawaban Responden atas Variabel Promosi (X_2).....	63
4.6 Skor Jawaban Responden atas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3).....	65
4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	66
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	68
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
4.13 Hasil Uji t (Parsial).....	73
4.14 Hasil Uji F (Simultan).....	75
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Akun <i>Instagram Outlet</i> Hotmie Padurenan.....	6
2.1 Kerangka Pemikiran.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Interview</i>	92
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	100
Lampiran 4 Distribusi r tabel.....	112
Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS Validitas dan Reliabilitas.....	113
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	121
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	123
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	123
Lampiran 9 Tabel Distribusi t.....	125
Lampiran 10 Tabel Distribusi F.....	129
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi.....	133
Lampiran 12 Kartu Seminar Proposal.....	134
Lampiran 13 Surat Keputusan Pembimbing.....	136
Lampiran 14 Surat Izin Penelitian.....	137
Lampiran 15 Daftar Menu Hotmie Padurenan.....	138
Lampiran 16 Turnitin.....	139
Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup	147

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET HOTMIE PADURENAN

ORIGINALITY REPORT

26% SIMILARITY INDEX	25% INTERNET SOURCES	8% PUBLICATIONS	18% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	4%
2	repository.umsu.ac.id Internet Source	3%
3	dokumen.tech Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1%
5	jurnal.umk.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
8	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
10	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
11	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
13	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1%
14	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1%
15	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
16	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	<1%