



**PENGARUH DARI PEMENGARUH PROMOSI, *WORD OF MOUTH*
KESADARAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AMDK LE MINERALE
DI JAKARTA**

SKRIPSI

**DESTIN PRAHMA FEBYTIVANI
NIM. 43123110045**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH DARI PEMENGARUH PROMOSI, *WORD OF MOUTH*
KESADARAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AMDK LE MINERALE
DI JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**

MERCU BUANA

**DESTIN PRAHMA FEBYTIVANI
NIM. 43123110045**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destin Prahma Febytivani

NIM : 43123110045

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Maret 2026

Penulis,



Destin Prahma Febytivani
NIM 43123110045

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : DESTIN PRAHMA FEBYTIVANI
NIM : 43123110045
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DARI PEMENGARUH PROMOSI, *WORD OF MOUTH*, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK LE MINERALE DI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

*Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.*

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 September 2026
 Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir

2026/September/12/0000001377/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

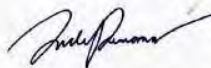
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Destin Prahma Febytivani
NIM : 43123110045
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DARI PEMENGARUH PROMOSI, WORD OF MOUTH KESADARAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK LE MINERALE DI JAKARTA

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



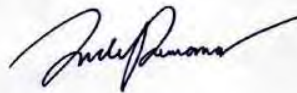
Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-04266291



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Dari Pemengaruh Promosi, *Word of mouth* Kesadaran Merk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Le Minerale Di Jakarta”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Nurul Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Lisnatiawati Saragih, SE, MM., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Skripsi ini.
5. Ibu Riska Rosdiana, S.E., M.Si., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar Skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2023 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Seluruh pelanggan Le Minerale di wilayah Jakarta, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
10. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Maret 2026



Destin Prahma Febytivani

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destin Prahma Febytivani
NIM : 43123110045
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Dari Pemengaruh Promosi, *Word of Mouth* Kesadaran Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Le Minerale Di Jakarta

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana *Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 08 September 2026



Destin Prahma Febytivani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemengaruh promosi, *Word of Mouth*, kesadaran merek, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di wilayah Jakarta yang berusia di atas 15 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 109 responden yang diperoleh dengan bantuan aplikasi G*Power. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa pemengaruh promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pemengaruh Promosi, *Word of Mouth*, Kesadaran Merek, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian



ABSTRAK

*This study aims to analyze the influence of promotional influencers, word of mouth, brand awareness, and service quality on purchasing decisions of Le Minerale bottled drinking water (AMDK) products in Jakarta. The population in this study consists of consumers of Le Minerale bottled drinking water (AMDK) in the Jakarta area aged over 15 years. The sample used in this study consisted of 109 respondents obtained with the assistance of the G*Power application. The sampling method used purposive sampling technique. The data collection method used a survey method with a questionnaire as the research instrument. The data analysis method used Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that promotional influencers have a positive and significant effect on purchasing decisions. Word of mouth has no significant effect on purchasing decisions. Brand awareness has a positive and significant effect on purchasing decisions. Service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

Keywords: Promotional Influencers, Word of Mouth, Brand Awareness, Service Quality, Purchasing Decisions



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PERNYATAAN SIMILARITY	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
	
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Perilaku Konsumen	15
2. Pemengaruh Promosi	22
3. <i>Word of Mouth</i> (WOM)	24
4. Kesadaran Merek	26
5. Kualitas Layanan	30
6. Keputusan Pembelian	42
B. Hasil Penelitian Terdahulu	47
C. Pengembangan Hipotesis	55
D. Kerangka Pemikiran	60
	x

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	62
	A. Metode Penelitian	62
	B. Desain Penelitian	62
	C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	63
	D. Skala Pengukuran Variabel	68
	E. Populasi dan Sampel	69
	F. Metode Pengumpulan Data	73
	G. Metode Analisis Data	74
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	81
	A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	81
	1. Sejarah Perusahaan	81
	2. Visi dan Misi	83
	B. Analisis Data	84
	1. Analisis Deskriptif	84
	2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	94
	3. Uji Hipotesis	107
	C. Pembahasan	112
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	117
	A. Kesimpulan	117
	B. Saran	118
	DAFTAR PUSTAKA	121
	LAMPIRAN	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Data Pertumbuhan Konsumsi AMDK Nasional (2018-2024)	3
Gambar 1.2	Promosi Pemengaruh Pemoprosi AMDK Le Minerale	6
Gambar 1.3	Market Share AMDK 2023 di Indonesia	7
Gambar 2.1	<i>Buser Decision Process</i>	43
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	60
Gambar 3.1	Rumus Perhitungan Sampel Menggunakan G Power	72
Gambar 4.1	Diagram Jalur	95
Gambar 4.2	Model Struktural Hasil <i>Bootstrapping</i> SmartPLS	108



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra-Survei Konsumen AMDK Le Minerale Terhadap 30 Responden	9
Tabel 1.2	<i>Research Gap</i>	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	66
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4.3	Skala Likert dan Kriteria Rentang Skala	85
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Pemengaruh Promosi (X_1)	86
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_2)	88
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kesadaran Merek (X_3)	89
Tabel 4.7	eskripsi Variabel Kualitas Layanan (X_4)	91
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas	97
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Konvergen	99
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan <i>Cross Loading</i>	100
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	102
Tabel 4.13	Hasil <i>R-Square</i>	103
Tabel 4.14	Hasil <i>Effect Size</i> (f^2)	104
Tabel 4.15	Hasil <i>Q-Square</i>	106
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	107