

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
CITRA MEREK DAN MINAT PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada produk SK-II di kalangan pembaca dan anggota  
*Female Daily Forum*)**

**SKRIPSI**

Nama : RATU TRIA  
NIM : 43110010015



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2014**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
CITRA MEREK DAN MINAT PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada produk SK-II di kalangan pembaca dan anggota  
*Female Daily Forum*)**

**SKRIPSI**

Nama : RATU TRIA  
NIM : 43110010015



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2014**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP  
CITRA MEREK DAN MINAT PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada produk SK-II di kalangan pembaca dan anggota  
*Female Daily Forum*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : RATU TRIA  
NIM : 43110010015**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2014**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratu Tria

NIM : 43110010015

Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : **Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap  
Citra Merek dan Minat Pembelian.  
(Studi kasus pada produk SK-II di kalangan  
pembaca dan anggota *Female Daily Forum*)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 27 Februari 2014



(Ratu tria)

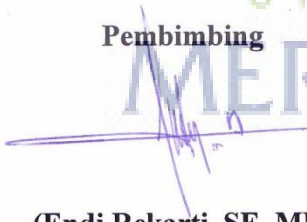
NIM: 43110010015

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ratu Tria  
NIM : 43110010015  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : **Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek dan Minat Pembelian. (Studi kasus pada produk SK-II di kalangan pembaca dan anggota *Female Daily Forum*)**  
Telah Lulus Ujian : 25 Februari 2014

Disahkan Oleh:

Pembimbing



**(Endi Rekarti, SE.,ME)**

Tanggal: 03 Maret 2014

Ketua Penguji



**(Daru Asih, SE, Msi.)**

Tanggal: 03 Maret 2014

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)**

Tanggal: 5/3 2014

Ketua Program Studi Manajemen S1



**(Dr. Rina Astini SE, MM)**

Tanggal: 5/3 2014.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa komunikasi pemasaran, merek serta minat konsumen. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek dan Minat Pembelian”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. **Bpk.Ikhwan dan Ibu Rahmatia**, selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan do'a, masukan, saran, serta semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya hingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
2. **Bpk.Endi Rekarti, SE., ME**, selaku Direktur Kemahasiswaan serta pembimbing skripsi yang telah dengan sabar dan bijaksana memberikan arahan, dorongan motivasi serta saran-saran yang berharga hingga skripsi ini dapat tersusun.
3. **Bpk.Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM**, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

4. **Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan **Bpk.H. Arief Bowo Prayoga K, SE.MM**, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. **Ibu Rina Astini, SE, MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. **Ibu Luna Hanigsih, SE,ME** dan **Ibu Hesti Maheswari, SE,M.Si** selaku Sekretaris I dan II Program Studi Manajemen S1.
6. **Ibu Dr. Aty Herawati M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik penulis.
7. **Seluruh dosen Program Studi Manajemen S1** yang sudah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan selama perkuliahan berlangsung dari semester awal hingga semester akhir.
8. Wanita-wanita hebat yang sudah saya anggap saudara sendiri; Tyd, Ferdina, Macul, Anggi, Fetika, Tiwi, Amel, Devi, Ria, Sita, Indri.
9. Keluarga kedua saya sekaligus sahabat seperjuangan HMJ Manajemen S1; Devi, Ria, Febi, Sita, Tiwi, Tomi, Agus, Reza, Icus, Ulil, Jaya, Nita, Riko. Saya beruntung telah menjadi bagian dari kalian.
10. Sahabat karib penulis; Suger dan Erika, kedua adik-adik tercinta; Erma dan Iqbal serta tante paling kece; Tante diah. Terima kasih atas support kalian.
11. Ka Panaatmaja, atas motivasi dan do'a nya yang diberikan kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
12. Ka Tatik, Anggi dan Tomi, yang telah merelakan waktu nya dan mengajarkan penulis dalam mengolah data AMOS.
13. Ka Imam, Ka Kimul, Ka Yayang, Ka Dian, Ka Dita v, Ka Ryani, Ka Indra, Ka Vivi, Ka Prio, Ka Salman, Ka Rahman, Ka Maria, Ka Bondan, Ka Ivan, Ka

Sopyor, Ka Tika Dan Ka Cipuy, atas motivasi, saran dan sharing pengalamannya.

14. Teman Satu Dosen Pembimbing, Tiwi, Ayu, Lilis, Roy, Madhun.
15. Isa, Dhitia, Yossy, Agnes, Maul, Adit, Wahyu, Firda, Dewy, Nur, Sofi, Ghea, Budi, Tizar dan seluruh keluarga besar HMJ Manajemen S1 sampai saat ini.
16. Mba Acesa Rebecca dan staf-staf Female Daily Forum atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian di forum tersebut.
17. Teman-teman KSPM periode 2012/2013 dan teman-teman DPM periode 2013/2014.
18. Seluruh responden yang terlibat pada penelitian ini.
19. Teman-teman Universitas Mercu Buana Manajemen S1 dan angkatan 2010 khususnya.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Jakarta, 14 Februari 2014

Ratu Tria



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	1
HALAMAN JUDUL .....	2
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	3
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	5
DAFTAR ISI .....	8
DAFTAR TABEL .....	11
DAFTAR GAMBAR .....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
ABSTRAK .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3. Batasan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4. Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5. Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II LANDASAN TEORITIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2. Perbedaan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3. Sarana atau Media untuk <i>Electronic Word of Mouth</i> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4. Komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Komunikasi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.6. Indikator-Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1. Definisi Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2. Komponen-Komponen Citra Merek ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3. Indikator-Indikator Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Minat Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1. Definisi Minat Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3. Indikator-Indikator Minat Pembelian..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4. Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5. Pengembangan Model Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6. Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1. Sejarah Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2. <i>Markets Sold</i> Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Variabel yang Diteliti dan Operasional Variabel ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4. Jenis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5. Populasi dan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7. Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8. Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9. Analisis Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1. Data Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Deskriptif Variabel Penelitian – Menurut Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2. Variabel Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3. Variabel Minat Pembelian....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3. Pengujian Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1. Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3. Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4. Membentuk Diagram Jalur ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4. Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Citra Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 1: Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2: Tabulasi Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3: Hasil Output SPSS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4: Hasil Output AMOS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Statistik penduduk dan pengguna internet di Indonesia.....	2
Tabel 2.1	Perbedaan <i>Word of Mouth</i> dengan <i>Electronic Word of Mouth</i> ....	13
Tabel 3.1	Operasional Variabel-Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.1	Jumlah responden berdasarkan Jenis Pengguna.....	40
Tabel 4.2	Jumlah responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.3	Jumlah responden berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.4	Jumlah responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5	Jumlah responden berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Perbulan..	42
Tabel 4.6	Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	43
Tabel 4.7	Indikator Citra Merek.....	45
Tabel 4.8	Indikator Minat Pembelian.....	46
Tabel 4.9	Standardized Regression Weights: <i>Electronic Word of Mouth</i> ....	47

Tabel 4.10	Standardized Regression Weights: <i>Electronic Word of Mouth</i> ....	48
Tabel 4.11	Standardized Regression Weights: Citra Merek dan Minat Beli..	49
Tabel 4.12	Standardized Regression Weights: Citra Merek dan Minat Beli..	50
Tabel 4.13	Reliabilitas.....	51
Tabel 4.14	Penilaian Normalitas.....	52
Tabel 4.15	<i>Modification Indices</i> .....	54
Tabel 4.16	Pengukuran tingkat kesesuaian ( <i>goodness-of-fit-model</i> ) .....	56
Tabel 4.17	Rangkuman hasil analisa hipotesa dengan metode SEM.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2	<i>Active Users dan Female Daily Forum Statistic</i> .....	5
Gambar 1.3	<i>Female Daily Forum</i> .....	5
Gambar 2.1	Pengaruh-pengaruh pada percobaan.....	16
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
Gambar 4.1	Variabel Konfirmatori Eksogen.....	47
Gambar 4.2	Variabel Konfirmatori Eksogen.....	48
Gambar 4.3	Variabel Konfirmatori Endogen.....	49
Gambar 4.4	Variabel Konfirmatori Endogen.....	50
Gambar 4.5	Diagram Jalur Model Penelitian.....	53
Gambar 4.6	Diagram Jalur Model Penelitian Hasil Modifikasi.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	66
Lampiran 2	Tabulasi Kuesioner.....	70
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....	74
Lampiran 4	Hasil Output AMOS.....	78