

IDENTIFIKASI CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN SECARA *ONLINE*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Fathia Hanifah Ramadhani

Nim : 43116010158

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

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fathia Hanifah Ramadhani

NIM : 43116010158

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).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2020



Fathia Hanifah Ramadhani

NIM 43116010158

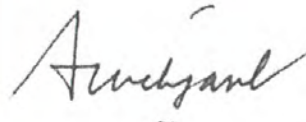
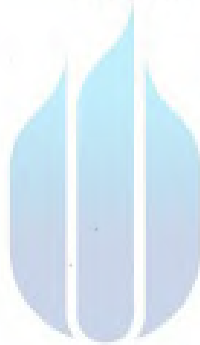
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Fathia Hanifah Ramadhani**
NIM : **43116010158**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Judul Skripsi : **Identifikasi Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pakaian Secara *Online***
Tanggal Lulus Ujian : **18 November 2020**

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, MM., CPM

Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM.,
IPU., CMA., MSS

Tanggal :

Tanggal : **30 Nov 2020**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

• Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, S.E., Ak., M.Si., CA.

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“IDENTIFIKASI CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN SECARA *ONLINE*”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, MM.,CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada

semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, MM.,CPM selaku dosen pendamping skripsi saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orangtua dan keluarga tercinta yang menjadi motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Kepada Bima Sena yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk saya hingga skripsi ini selesai.
7. Kepada teman-teman saya Ananda, Laras, Iin, Galuh, Fisty, Maya, dan Poppy. yang telah membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan selalu memberikan saya semangat serta motivasinya.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, Agustus 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fathia Hanifah Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Citra Merek.....	13
3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
4. Promosi.....	19
5. Minat Beli.....	24
6. Penelitian Terdahulu.....	27
B. Pengembangan Hipotesis	29
C. Rerangka Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	35
D. Skala Pengukuran Variabel.....	40

E. Populasi dan Sampel	41
F. Metode pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	43
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	43
2. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Statistik Deskriptif	51
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	56
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
a. Uji Validitas	57
b. Uji Reliabilitas	61
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
a. Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	63
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	64
c. Evaluasi Pengujian Hipotesa	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
A. KESIMPULAN	69
B. SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

1.1	Hasil Pra-Survei.....	8
2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.2	Pengukuran Skala Likert.....	41
4.1	Jenis Kelamin Responden.....	51
4.2	Usia Responden.....	52
4.3	Pekerjaan Responden.....	52
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	53
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	54
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	54
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	55
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	58
4.9	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	59
4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Critetion)</i>	61
4.13	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	62
4.14	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	63
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootsrapping</i>).....	65

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data Penjualan di <i>E-Commerce</i> Seluruh Dunia.....	4
1.2	Data Kategori Barang atau Jasa yang paling diminati belanja <i>online</i>	6
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	32
4.1	Hasil Algoritma PLS	57
4.2	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	66

