

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* SEPATU DI ITS YOUR
KICKS**

SKRIPSI



Nama : Cahyo Dwi Laksono Putra
NIM : 43116010320

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* SEPATU DI ITS YOUR
KICKS**

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cahyo Dwi laksono Putra

NIM 43116010320

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Maret 2021



Cahyo Dwi Laksono Putra

NIM:43116010320

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Cahyo Dwi Laksono Putra
NIM : 43116010320
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, Promosi Terhadap
Minat Beli *Online* Sepatu Di ITS Your Kicks.
Tanggal Lulus Ujian : 31 Maret 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



**Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E.,
MM., Ph.D.**

Tanggal : 10/04/2021

Ketua Penguji,



Dr. Zulfitri, MP., MM.

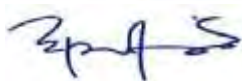
Tanggal :

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

MERCU BUANA

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Tanggal :



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.

Tanggal :

LPTA 07210051



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, citra merek, dan promosi terhadap minat beli. Objek penelitian ini adalah konsumen *its your kicks* jumlah sampel yang ditentukan adalah 120 responden yang didapat dari jumlah indikator dikalikan 5. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2019 – April 2021, hasil penelitian diharapkan menjadi sumber masukan kepada pihak terkait dan diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan di bidang ilmu pendidikan. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian membuktikan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : *Word of mouth*, Citra merek, Promosi , dan Minat beli.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of word of mouth, brand image, and promotion on buying interests. The object of this study is consumers its your kicks the number of samples determined is 120 respondents obtained from the number of indicators multiplied by 5. This research conducted in January 2019 - April 2021, the results of the study is expected to be a source of input to the relevant parties and it is expected that this study can increase knowledge in the field of education. Data collection method using survey method, with research instrument is questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square (PLS). Research proves that word of mouth has a positive and significant effect on purchase intention, brand image has a positive and significant effect on purchase intention, and promotions have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Word of mouth, Brand image, Promotions, and Purchase intention.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek, Promosi Terhadap Minat Beli Sepatu *Online* di *Its Your Kicks*”**. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis sangat berterimakasih kepada Arief Bowo Prayoga Kasmu SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing, dan penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Arief Bowo Prayoga Kasmu SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk

diberikan.

6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman – teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Emak family dan teman-teman dekat yang sangat saya sayangi, yang telah memberi support dan bantuan selama penelitian.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 06 April 2021

Cahyo Dwi Laksono Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. <i>Worth Of Mouth</i>	9
3. Citra Merek	12
4. Promosi	14
5. Minat Beli	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Hubungan Antar Variabel	21
D. Kerangka Konseptual	23
E. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Waktu dan Tempat Penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	25
1. Definisi Variabel	25
2. Operasionalisasi Variabel	25

D.	Skala Pengukuran Variabel	28
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	29
	1. Populasi Penelitian	29
	2. Sampel Penelitian	29
F.	Metode Pengumpulan Data	30
G.	Metode Analisis Data	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
B.	Karakteristik Responden	34
	1. Deskriptif Responden	35
	2. Deskriptif Variabel Responden	37
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	40
	1. Evaluasi Uji <i>Measurement (Outer Model)</i>	41
	a. <i>Convergent Validity</i>	41
	b. <i>Discriminant Validity</i>	45
	c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	46
	d. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	46
	2. Pengujian Uji Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	47
	a. Nilai <i>R-Square</i>	48
	b. <i>Goodness Of Fit Model</i>	48
	c. Hasil Pengujian Hipotesis	49
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	50
	1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	50
	2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	50
	3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	53
A.	Kesimpulan	53
B.	Saran	53
	1. Bagi Perusahaan	53
	2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	55
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Data Penjualan Its Your Kicks	3
1.2.	Pra Survey Kuisisioner	4
1.3.	Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten Atau Kota	4
1.4.	Data Hasil Pra Survey	8
2.1.	Penelitian Terdahulu	22
3.1.	Operasionalisasi Variabel	27
3.2.	Skala Likert	28
3.3.	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	39
3.4.	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	40
3.5.	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	43
4.1.	Karakteristik Responden Its Your Kicks	35
4.2.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	37
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	38
4.4.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	39
4.5.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	39
4.6.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	41
4.7.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	43
4.8.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>) (Modifikasi)	45
4.9.	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	46
4.10.	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	47
4.11.	Hasil Uji Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	48
4.12.	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	49

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	10 Negara dengan jumlah pengguna aktif Instagram terbesar (Januari 2018)	2
2.1	Model Kerangka Konseptual Penelitian	23
4.1.	Hasil Uji Algoritma PLS.....	42
4.2.	Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi)	44
4.3.	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	59
2.	Hasil Kuisisioner Responden	64
3.	Deskriptif Variabel Responden	65
4.	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	66



UNIVERSITAS
MERCU BUANA