

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
ELECTRONIC-WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG *SMARTPHONE*
XIAOMI**

SKRIPSI



Nama : Ardiansyah Wahyu Prayoga

Nim : 43116110465

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

JAKARTA

2021

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
ELECTRONIC-WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG
*SMARTPHONE XIAOMI***

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Ardiansyah Wahyu Prayoga
Nim : 43116110465

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardiansyah Wahyu Prayoga

Nim : 43116110465

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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.

UNIVERSITAS Jakarta, Maret 2021
MERCU BUANA



Ardiansyah Wahyu Prayoga
NIM 43116110465

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ardiansyah Wahyu Prayoga
Nim : 43116110465
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic-Word Of Mouth* (E-WOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Xiaomi.

Mengesahkan
Pembimbing



UNIVERSITAS
(Febrina Mahliza, S.E., M.Si.)

MERCU BUANA

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si)

Ketua Program Studi
S-1 Manajemen



(Dr. H. Sonny Indraaya, MM)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth* dan citra merk terhadap minat beli ulang smartphone Xiaomi. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 100 konsumen di Mi Forum Community yang telah membeli smartphone Xiaomi lebih dari 1 kali. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan Convenience Sampling. Analisa data pada penelitian ini menggunakan bantuan Variance Based Structural Equation Modeling dimana pengolahan datanya menggunakan program Partial Least Square (PLS) Versi 3.0. Hasil analisa menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang smartphone Xiaomi, *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang smartphone Xiaomi dan citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang smartphone Xiaomi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merk dan Minat Beli Ulang Smartphone Xiaomi.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of quality product, electronic word of mouth, brand image on the interest in repurchasing Xiaomi smartphone. Data collection was carried out through questionnaires and carried out on 100 consumers who have bought Xiaomi smartphone more than 1 time. Sampling techniques using convenience sampling. Data analysis in this study uses the help of Variance Based Structural Equation Modeling where data processing uses Partial Least Square (PLS) Version 3.0 programs. The results of the analysis show that quality product has a positive and significant effect on the repurchasing Xiaomi smartphone, Electronic Word Of Mouth has a positive and significant effect on the repurchasing Xiaomi smartphone and Brand Image has a positive and significant effect on the repurchasing Xiaomi smartphone.

Keywords: Quality Product, Electronic Word Of Mouth, Brand Image and Repurchase Xiaomi Smartphone



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum Wr.Wb Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Xiaomi**” ini dengan baik dan telah selesai pada waktunya.

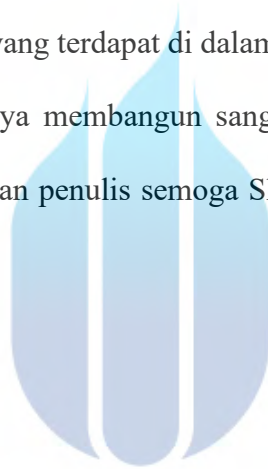
Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan dan keterbatasan. Namun dengan demikian penulis berusaha agar penyusunan Skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Laporan Skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik, jika tidak adanya seseorang yang telah memberikan pengetahuan, bantuan, serta wejangan yang dapat memberikan penyemangat untuk penulis selama bimbingan Skripsi ini, oleh karena itu penulis bermaksud untuk menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si. Selain itu penulis juga bermaksud untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indraaya, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Eri Marlapa, S.E, MM, selaku Sekertaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Rina Astini, MM , selaku ketua penguji pada saat sidang
6. Mas Wahyu Wibowo, M.BA, Ph.D, selaku penguji pada saat sidang
7. Seluruh dosen pengajar beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Kedua Orang tua, Mamah dan Papah atas dukungan moril, materil serta doa dan kasih sayang yang senantiasa tidak henti – hentinya diberikan kepada penulis. Keluarga menjadi semangat dan motivasi penulis untuk segera menyelesaikan studi.
9. Teman – teman selama menempuh studi di Universitas Mercu Buana, khususnya Manajemen 2016 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.
10. Teman satu bimbingan Rahmad Rivaldi dan Nurhasanah yang selalu memberi motivasi dan dukungan.
11. Sahabat-sahabat SMA, yang selalu saling mendukung.

12. Teman – teman Data Center tekno PT. Aplikanusa Lintasarta, yang selalu mendukung proses perkuliahan.
13. Pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dan diperkenalkan dengan kalian semua, terima kasih banyak.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar – besarnya atas kekurangan yang terdapat di dalam Skripsi ini, dan untuk itulah semua saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan Skripsi ini, serta besar harapan penulis semoga Skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya.



Jakarta, Maret 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ardiansyah Wahyu Prayoga
NIM 43116110465

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Minat Beli Ulang	11
2. Kualitas Produk.....	12
3. Electronic Word of Mouth (E-WOM)	14
4. Citra Merek.....	17

5. Penelitian Terdahulu	18
B. Pengembangan Hipotesis	20
1. Penagruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	20
2. Pengaruh Electronic Of Mouth terhadap Minat Beli Ulang	21
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minal Beli Ulang.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
B. Desain Penelitian	23
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	24
1. Variabel Penelitian.....	24
2. Operasional Variabel	26
D. Skala Pengukuran Variabel.....	27
E. Populasi dan Sampel	28
1. Populasi Penelitian.....	28
2. Sampel Penelitian	29
F. Metode Pengumpulan Data	30
1. Penelitian Kepustakaan.....	30
2. Penelitian Lapangan.....	31
G. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Deskriptif	31
2. Uji Instrumen	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian	40

1. Sejarah Perusahaan Xiaomi	40
2. Profil dan Karakteristik Responden	41
3. Uji Instrumen Kuisoner	43
4. Analisis Deskriptif	45
B. Analisis Data	50
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	50
2. Pengujian Model Structural/Uji Hipotesis (Inner Model).....	57
C. Pembahasan	62
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	63
2. Pengaruh Electric Word Of Mouth terhadap Minat Beli Ulang	65
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> terbanyak di Asia.....	2
Tabel 1.2 Top 5 Penjualan <i>Smartphone</i> di Pasar Indonesia Tahun 2015-2019.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Variabel Operasional	26
Tabel 3.2 Skala Likert.....	28
Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	34
Tabel 3.4 Parameter Uji Reliabilitas dalam Model Pengukuran PLS.....	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Rekapitulasi Pengujian Validitas	43
Tabel 4.4 Rekapitulasi Pengujian Reabilitas.....	45
Tabel 4.5 Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.6 Variabel Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	46
Tabel 4.7 Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.8 Variabel Minat Beli Ulang.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Covergent Validity	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Landing).....	53
Tabel 4.11 Hasil Output AVE.....	55
Tabel 4.12 Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker)	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Composite Reability	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Cronbach's Alpha	57
Tabel 4.15 Nilai R Variabel Dependen.....	58
Tabel 4.16 Pengujian Blindfolding.....	58
Tabel 4.17 Nilai Inner VIF.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Prasurvey	4
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Hasil Output Diagram Jalur Awal (Outer Model).....	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian	71
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian	75

