

**PENGARUH *WOM*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AC PADA PT GLOBAL CIPTASERVISINDO**

SKRIPSI



**Oleh:
Lucky Shinta Dewi
190910061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH *WOM*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AC PADA PT GLOBAL CIPTASERVISINDO**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Lucky Shinta Dewi
190910061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Lucky Shinta Dewi
NPM : 190910061
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“PENGARUH WOM, CITRA MEREK, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AC PADA PT GLOBAL CIPTA SERVISINDO”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 5 Januari 2023



Lucky Shinta Dewi
NPM. 190910061

**PENGARUH *WOM*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AC PADA PT GLOBAL CIPTASERVISINDO**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Lucky Shinta Dewi
190910061**

**Telah disetujui pembimbingan pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 28 Januari 2023



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.
Pembimbing Skripsi**



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, komunikasi dan stres kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Global Cipta Servisindo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Sampel penelitian digunakan sebanyak 110 responden yakni seluruh pelanggan PT. Global Cipta Servisindo dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan software SPSS 25, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, WOM, citra merek, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian AC dengan sig 0,05. Selain itu, WOM, citra merek, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian AC di PT. Global Cipta Servisindo sebesar 86% berdasar hasil uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa motivasi, komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial, namun stress kerja berpengaruh negatif dan signifikan. Akan tetapi secara simultan ketiga variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian AC pada PT. Global Cipta Servisindo.

Kata Kunci : *WOM*, Citra Merek, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of motivation, communication and work stress on employee performance at PT. Global Cipta Servisindo. This research was conducted using quantitative techniques. The research sample used was 110 respondents, namely all customers of PT. Global Cipta Servisindo using saturated sample technique. Questionnaires are used as data collection techniques. By using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, word of mouth, brand image, and quality of information influence the decision to purchase air conditioning with sig 0.05. In addition, WOM, brand image, and quality of information affect the decision to buy AC at PT. Global Cipta Servisindo by 86% based on the test results of the coefficient of determination. Based on the results of hypothesis testing, it was found that motivation, communication had a positive and significant effect partially, but work stress had a negative and significant effect. However, simultaneously these three variables have a positive and significant effect on the decision to purchase AC at PT. Global Cipta Servisindo.

Keywords: *Word Of Mouth, Brand Image, Information Quality, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas putera Batam;
2. Bapak Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., PhD. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan. Amin

Batam, 5 Januari 2023



Lucky Shinta Dewi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR IS	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Kegunaan Peneliti.....	8
1.7.1 Kegunaan Praktis.....	9
1.7.2 Kegunaan Akademis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Word Of Mouth	10
2.1.2 Citra Merek	13
2.1.3 Kualitas Informasi.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Sifat Penelitian.....	31
3.3 Tujuan Penelitian	31
3.4 Lokasi dan Periode Penelitian	32
3.4.1 Lokasi Penelitian	32
3.4.2 Periode Penelitian	32
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	33
3.5.3 Teknik Sampling.....	33
3.6 Sumber Data	34

3.7	Metode Pengumpulan Data	34
3.8	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.9	Metode Analisis Data.....	37
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.9.2	Uji Kualitas Data	38
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.9.4	Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
A. Hasil Penelitian.....	42
4.1	Karakteristik Responden	42
4.2	Data Hasil Kuesioner	46
4.2.1	Hasil Kuesioner Responden <i>Word Of Mouth</i>	46
4.2.2	Hasil Kuesioner Responden Citra Merek	53
4.2.3	Hasil Kuesioner Responden Kualitas Informasi	60
4.2.4	Hasil Kuesioner Responden Keputusan Pembelian	65
4.3	Uji Kualitas Data	71
4.3.1	Uji Validitas	71
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	75
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1	Uji Normalitas	76
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	79
4.4.3	Uji Heteoskedastisitas	80
4.5	Uji Pengaruh.....	83
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.5.2	Koefisien Determinasi.....	85
4.6	Uji Hipotesis	86
4.6.1	Uji T Parsial	86
4.6.2	Uji f Simultan	89
4.7	Pembahasan.....	90
4.7.1	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian	91
4.7.2	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	93
4.7.3	Pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	KESIMPULAN	96
5.2	SARAN.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Logo PT. Global Cipta Servisindo	43
Gambar 4.2 Grafik Histogram	77
Gambar 4.3 Normal Probability Plot	77
Gambar 4.4 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel	35
Tabel 3.3 Skala Likert.....	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	45
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	46
Tabel 4.6 - Pernyataan 1 Saya sering mendengar orang lain yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan jasa servis AC dari PT. Global Cipta Servisindo.....	47
Tabel 4.7 - Pernyataan 2 Saya sering mendengar orang lain yang menceritakan bahwa produk merek AC yang dijual ada banyak varian.....	48
Tabel 4.8 - Pernyataan 3 Saya sering membicarakan kepada orang lain, kenyamanan yang saya peroleh ketika menggunakan jasa PT. Global Cipta Servisindo.....	49
Tabel 4.9 - Pernyataan 4 Saya mempromosikan kepada kalangan keluarga, teman, dan tetangga, hal yang saya peroleh selama menggunakan jasa PT. Global Cipta Servisindo.....	50
Tabel 4.10 - Pernyataan 5 Saya merekomendasikan kepada kalangan keluarga, teman, dan tetangga yang ingin membeli produk atau menggunakan jasa PT. Global Cipta Servisindo	51
Tabel 4.11 Rangkuman Penilaian Responden Variabel Independen <i>Word Of Mouth</i>	52
Tabel 4.12 - Pernyataan 1 Menurut saya produk yang dijual oleh PT. Global Cipta Servisindo banyak varian dan jenis model.....	55
Tabel 4.13 - Pernyataan 2 Menurut saya, yang menggunakan jasa dari PT. Global Cipta Servisindo memiliki AC yang dingin dan saringan yang bersih.....	55
Tabel 4.14 - Pernyataan 3 Produk dan jasa dari PT. Global Cipta Servisindo memiliki kualitas yang sangat bagus	56
Tabel 4.15 - Pernyataan 4 Jasa yang ditawarkan dari PT. Global Cipta Servisindo mengenai AC banyak dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen	57
Tabel 4.16 - Pernyataan 5 Konsumen yang memakai jasa PT. Global Cipta Servisindo dapat merasakan hasil AC dingin dan pemasangan yang rapi	58
Tabel 4.17 Rangkuman Penilaian Responden Variabel Independen Citra Merek	59
Tabel 4.18 - Pernyataan 1 Saya mendapatkan informasi sesuai dengan produk AC yang saya butuhkan.....	60
Tabel 4.19 - Pernyataan 2 Saya puas dengan jawaban yang diberikan oleh teknisi ketika terdapat keluhan	61
Tabel 4.20 - Pernyataan 3 Saya merasakan manfaat dari jasa servis AC PT. Global	

Cipta Servisindo berdasarkan informasi jasa yang ditawarkan	62
Tabel 4.21 - Pernyataan 4 Saya selalu mendapat informasi tentang merek AC yang terus update dan berkembang	63
Tabel 4.22 Rangkuman Penilaian Responden Variabel Independen Kualitas Informasi	64
Tabel 4.23 - Pernyataan 1 Saya memilih jasa dari PT. Global Cipta Servisindo karena hasil pengerjaannya memuaskan dan tepat waktu.....	65
Tabel 4.24 - Pernyataan 2 Saya mengetahui informasi mengenai PT. Global Cipta Servisindo dari keluarga/teman/tetangga	66
Tabel 4.25 - Pernyataan 3 Saya membeli produk AC di PT. Global Cipta Servisindo karena banyak varian merek yang dijual	67
Tabel 4.26 - Pernyataan 4 Saya merasa puas terhadap pelayanan PT. Global Cipta Servisindo, sehingga ada keinginan untuk perawatan ulang.....	68
Tabel 4.27 - Pernyataan 5 Saya akan terus menggunakan jasa PT. Global Cipta Servisindo dan tidak akan beralih ke produk jasa lain.....	69
Tabel 4.28 Rangkuman Penilaian Responden Variabel Independen Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.29 Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	71
Tabel 4.30 Uji Validitas Variabel Citra Merek	72
Tabel 4.31 Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi	73
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	75
Tabel 4.34 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	76
Tabel 4.35 Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.36 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.37 Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.38 Koefisien Determinasi (R^2).....	83
Tabel 4.39 Uji t parsial.....	85
Tabel 4.40 Hasil Uji Statistik f.....	87
Tabel 4.41 Hasil Uji Hipotesis	90

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Uji T.....40