

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, GAYA HIDUP
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Herlina
200910032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, GAYA HIDUP
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana



**Oleh:
Herlina
200910032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Herlina
NPM : 200910032
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KOTA BATAM

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

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 09 Januari 2024



Herlina

200910032

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, GAYA HIDUP
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

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

Oleh:

Herlina

200910032

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 09 Januari 2024



Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth*, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Tokopedia secara parsial dan simultan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode purposive sampling, dimana data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 29 yang terdiri atas uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Metode yang diterapkan pada penelitian menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth*, Gaya Hidup dan Citra Merek secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan *e-commerce* Tokopedia di masa mendatang.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Gaya Hidup, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The research has been done with the purpose of knowing the influence of word of mouth, lifestyle and brand image towards purchase decision on e-commerce Tokopedia partially and simultaneously. The sample was amounted 100 respondents using purposive sampling method, in which the datas was being collected by spreading questionnaire. The testing has been done by using SPSS version 29 application, consists of data quality test, classic assumption test, influence test and hypothesis test. The method that applied in this research was using multiple linear regression method. The result of the research showed that variable word of mouth, lifestyle and brand image partially and simultaneously influence positively and significantly towards purchase decision on e-commerce Tokopedia. The result of this research can be used to develop e-commerce Tokopedia in the upcoming.

Keyword: *Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision, Word of Mouth.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. 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. Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 09 Januari 2024

Herlina



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Word of Mouth	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.1.2 Prinsip <i>Word of Mouth</i>	13
2.1.1.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	13
2.1.2 Gaya Hidup	14
2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup	14
2.1.2.2 Indikator Gaya Hidup	14
2.1.3 Citra Merek	15

2.1.3.1.	Pengertian Citra Merek.....	15
2.1.3.2.	Dimensi Citra Merek	16
2.1.3.3.	Indikator Citra Merek	17
2.1.3.4.	Faktor-Faktor Citra Merek.....	17
2.1.4.	Keputusan Pembelian	18
2.1.4.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.2.	Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran	22
2.3.1.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.4.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Sifat Penelitian	26
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	26
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2.	Periode Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1.	Populasi	27
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	27
3.4.3.	Teknik Sampling	28
3.5	Sumber Data	29
3.6	Metode Pengumpulan Data	29
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.7.1.	Variabel Bebas (X).....	30
3.7.2.	Variabel Terikat (Y)	31
3.8	Metode Analisis Data.....	32
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	32
3.8.2.	Uji Kualitas Data	33
3.8.2.1.	Uji Validitas.....	33
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas	34

3.8.3. Uji Asumsi Klasik	34
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	34
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas	35
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.4. Uji Pengaruh	36
3.8.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1. Uji T (Parsial)	37
3.9.2. Uji F (Simultan)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1 Hasil Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Hasil Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Umur	40
4.2.3 Hasil Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	40
4.2.4 Hasil Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	41
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	41
4.3.1 Deskriptif <i>Word of Mouth</i> (X1)	41
4.3.2 Deskriptif Gaya Hidup (X2)	43
4.3.3 Deskriptif Citra Merek (X3)	44
4.3.4 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	45
4.4 Analisis Data	46
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	46
4.4.1.1. Uji Validitas.....	46
4.4.1.2. Uji Reliabilitas	49
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.2.1. Uji Normalitas.....	50
4.4.2.2. Uji Multikolinearitas	52
4.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	53
4.4.3 Uji Pengaruh.....	54
4.4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.4.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.5 Pengujian Hipotesis	56

4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	56
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	57
4.6	Pembahasan	58
4.6.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.6.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.6.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7	Implikasi Penelitian	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Simpulan	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
Lampiran I Pendukung Penelitian		
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran III Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Penjualan Berdasarkan Ulasan pada Toko di Tokopedia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	38
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas	50
Gambar 4.3 Grafik Uji Normalitas	51
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pengunjung Situs <i>E-commerce</i>	2
Tabel 1.2 Tingkat Berbelanja secara <i>Online</i> Saat dan Sesudah PPKM.....	6
Tabel 1.3 Komparasi Reputasi Merek pada Tokopedia.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2 Lanjutan.....	21
Tabel 3.1 Periode Penelitian	27
Tabel 3.2 Kriteria Skala Likert.....	30
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	41
Tabel 4.5 Deskriptif <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	42
Tabel 4.6 Deskriptif Gaya Hidup (X_2).....	43
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek (X_3).....	44
Tabel 4.8 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	47
Tabel 4.10 Uji Validitas Gaya Hidup (X_2).....	47
Tabel 4.11 Uji Validitas Citra Merek (X_3).....	48
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.14 Uji 1 Sampel Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.17 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4.18 Uji Parsial	56
Tabel 4.19 Uji Simultan.....	57

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Lemeshow</i>	27
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	32
Rumus 3.3 Uji Validitas	33
Rumus 3.4 Alpha Cronbach.....	34
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	36