

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LEMARI ES SAMSUNG DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Shinta Ayu Rahmayani
190910349**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LEMARI ES SAMSUNG DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Shinta Ayu Rahmayani
190910349**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Shinta Ayu Rahmayani
Npm : 190910349
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LEMARI ES SAMSUNG DI KOTA BATAM

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 di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 11 Februari 2025



Shinta Ayu Rahmayani

190910349

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LEMARI ES SAMSUNG DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh

Shinta Ayu Rahmayani
190910349

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 11 Februari 2025



Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing



ABSTRAK

Studi ini mengkaji bagaimana promosi dari mulut ke mulut, kualitas produk, dan citra merek memengaruhi keputusan warga Kota Batam untuk membeli lemari es Samsung. Memahami elemen-elemen ini sangat penting untuk mempertahankan pangsa pasar dalam industri elektronik, yang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Menganalisis dampak setiap faktor terhadap keputusan pelanggan baik secara terpisah maupun kolektif adalah tujuan dari studi ini. Studi ini menggunakan metodologi deskriptif dan kausal secara kuantitatif. Kuesioner berbasis Likert digunakan untuk mengumpulkan data dari 100 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Regresi linier berganda, validitas, reliabilitas, dan uji asumsi tradisional merupakan bagian dari analisis data. Temuan menunjukkan bahwa promosi dari mulut ke mulut, kualitas produk, dan citra merek secara signifikan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli. Jika mempertimbangkan semua hal, ketiga faktor ini dapat menjelaskan 76 persen varians dalam pilihan konsumen. Hasil ini menyiratkan bahwa posisi Samsung di pasar elektronik Kota Batam yang sangat kompetitif dapat diperkuat melalui inisiatif untuk meningkatkan ketiga aspek ini melalui taktik yang terfokus.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Pasar Elektronik

ABSTRACT

This study examines how word-of-mouth, product quality, and brand image influence Batam City residents' decision to purchase Samsung refrigerators. Understanding these elements is critical to maintaining market share in the electronics industry, which is facing increasing competition. Analyzing the impact of each factor on customer decisions both individually and collectively is the objective of this study. The study employed quantitative descriptive and causal methodologies. A Likert-based questionnaire was used to collect data from 100 respondents selected using purposive sampling. Multiple linear regression, validity, reliability, and traditional assumption tests were part of the data analysis. The findings indicate that word-of-mouth, product quality, and brand image significantly enhance consumers' decision to purchase. All things considered, these three factors can explain 76 percent of the variance in consumer choice. These results imply that Samsung's position in the highly competitive Batam City electronics market can be strengthened through initiatives to improve these three aspects through focused tactics.

Keywords: *Brand Image; Product Quality; Word of Mouth; Purchasing Decision; Electronic Market*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT 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 Universita 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 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 Universitas Putera Batam
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Bapak Rahmansyah dan Ibu Neni Maryani selaku kedua orang tua saya, Ika Putri Rahmayani selaku kakak saya, Radja Adiansyah dan Satria Adiansyah selaku kedua adik saya yang selalu memberi dukungan dan semangat;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 11 Februari 2025

Shinta Ayu Rahmayani



DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Dasar	14
2.1.1 Brand Image	14
2.1.1.1 Definisi <i>Brand Image</i>	14
2.1.1.2 Indikator Brand Image	14
2.1.2 Kualitas Product	15

2.1.2.1	Definisi Kualitas Product	15
2.1.2.2	Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.3	Word of Mouth	17
2.1.3.1	Definisi <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.3.2	Indikator Word of Mouth.....	17
2.1.4	Keputusan Pembelian	19
2.1.4.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.2	Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2	Pengaruh Kualitas Product Terhadap Keputusan Pembelian..	23
2.3.3	Pengaruh <i>WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Product, dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
		24
2.4	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Sifat Penelitian.....	25
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	25
3.3.1	Lokasi Penelitian	25
3.3.2	Periode Penelitian.....	26
Sumber : Penulis, 2024		26
3.4	Jenis dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi.....	26
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	27
3.4.3	Teknik Sampling	28

3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Pengertian Operasional Variabel	29
3.8 Metode Analisis Data	30
3.8.1 Metode Analisis Deskriptif.....	30
3.8.2 Uji Kualitas Data	31
3.8.2.1 Uji Validitas Instrumen	31
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.4 Uji Pengaruh.....	35
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	35
3.9 Uji Hipotesis	36
3.9.1 Uji T	36
3.9.2 Uji F	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Karakteristik Responden	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	41
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3.1 Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	42

4.3.2	Variabel Kualitas Produk (X2).....	43
4.3.3	Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3).....	44
4.3.4	Variabel 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 Reabilitas.....	48
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	49
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	50
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.4.3	Uji Pengaruh.....	51
4.4.3.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	53
4.5	Pengujian Hipotesis	53
4.5.1	Uji T.....	53
4.5.2	Uji F.....	55
4.6	Pembahasan.....	55
4.6.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung di Kota Batam	55
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung di Kota Batam	56
4.6.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung di Kota Batam	57
4.6.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> , Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung di Kota Batam	58
4.7	Implikasi hasil penelitian	59
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1	Simpulan	61

5.1 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN I PENDUKUNG PENELITIAN	65
LAMPIRAN II DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96
LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Indeks Category</i> Lemari Es 2022 - 2023	2
Tabel 1. 2 Model dan Tipe Lemari Es Samsung.....	4
Tabel 1. 3 Ulasan Negatif dari Para Konsumen Lemari Es Samsung.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	26
Tabel 3. 2 SkalaLikert.....	29
Tabel 3. 3 Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3. 4 Rentang Skala	31
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	32
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	40
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	42
Tabel 4. 6 Rentang Skala	42
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Brand Image (X1).....	43
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	44
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskripsi Word of Mouth (X3)	45
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	53
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	55

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Lameshow.....	27
Rumus 3. 2 Rentang Skala	30
Rumus 3. 3 Pearson ProductMoment.....	31
Rumus 3. 4 <i>Cronbach Alpha</i>	32
Rumus 3. 5 Uji Chi-square.....	33
Rumus 3. 6 Hitung Nilai VIF	34
Rumus 3. 7 Hitung Nilai TOL.....	34
Rumus 3. 8 Uji Heteroskedastisitas	34
Rumus 3. 9 Regresi Linear Berganda.....	35
Rumus 3. 10 Koefisien Determinasi	36
Rumus 3. 11 Uji T	36
Rumus 3. 12 Uji F	37