

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS PELANGGAN MIE GACOAN)**

Skripsi

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ZAKKY AULIA FAHMI

202011483

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS PELANGGAN MIE GACOAN)**

Skripsi ini diajukan untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria
Kudus

Disusun Oleh:

ZAKKY AULIA FAHMI

202011483

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS PELANGGAN MIE GACOAN)**

Nama : Zakky Aulia Fahmi

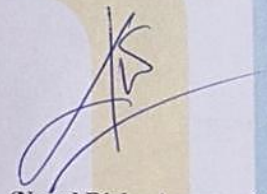
Nim : 202011483

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

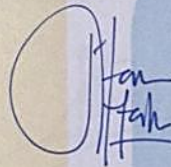
Kudus, 23 Desember 2024

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS PELANGGAN MIE GACOAN)**

Nama : Zakky Aulia Fahmi

Nim : 202011483

Program Studi : Manajemen

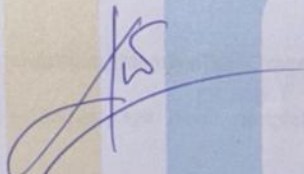
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 Desember 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi

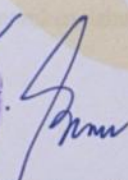
Pembimbing I

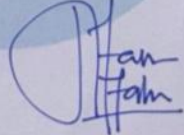

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

"Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*-nya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini."

"*Natus Vincere*"

-Terlahir Untuk Menang-

Persembahan:

1. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu mendoakan, memfasilitasi, memotivasi dan memberikan dukungan penuh sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Saudara laki-laki saya yang selalu membantu dalam kesulitan dan juga sebagai kawan untuk berkeluh kesah.
3. Untuk teman-teman seperjuangan kuliah yang selalu memberikan arahan dan masukan dalam mengerjakan Skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus Pelanggan Mie Gacoan)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Keke Tamara Fahira, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada saya.
6. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga, yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat dalam bentuk moral, material dan spiritual.

7. Sahabat-sahabat saya serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh grup musik idola saya yang telah menciptakan lagu dan melodi indah, sehingga memberikan hiburan serta inspirasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



Kudus, 2024

Penulis,



Zakky Aulia Fahmi
NIM. 202011483

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS PELANGGAN MIE GACOAN)**

ZAKKY AULIA FAHMI

2020-11-483

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada mahasiswa universitas muria kudus pelanggan mie gacoan). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden yang dipilih menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis *structural equation model* (SEM) AMOS. Hasil yang diperoleh ialah: *word of mouth* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek dan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *word of mouth* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli tidak mampu memediasi pengaruh *word of mouth* dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Citra Merek, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE ON
PURCHASING DECISIONS WITH PURCHASE INTEREST AS AN
INTERVENING VARIABLE (STUDY ON MURIA KUDUS UNIVERSITY
STUDENTS CUSTOMERS OF GACOAN NOODLES)**

ZAKKY AULIA FAHMI

2020-11-483

Advisor : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of word of mouth and brand image on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable (study of Universitas Muria Kudus students who are customers of gacoan noodles). The approach used is a quantitative approach. The sample used in this research was 120 respondents selected using purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire method. The data analysis technique uses AMOS structural equation model (SEM) analysis. The results obtained are: word of mouth and brand image have a positive and significant effect on purchase interest, brand image and purchase interest have a positive and significant effect on purchase decisions, word of mouth has a positive and insignificant effect on purchase decisions, purchase interest is not able to mediate the influence of word of mouth and brand image on purchasing decisions.

Keywords: Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Theory of Planned Behavior (TPB).....	13
2.2 Word Of Mouth	15
2.2.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	15
2.2.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	16
2.3 Citra Merek.....	17
2.3.1 Pengertian Citra Merek	17
2.3.2 Indikator Citra Merek	18
2.4 Minat Beli.....	20
2.4.1 Pengertian Minat Beli	20
2.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	21
2.4.3 Indikator Minat Beli.....	21

2.5 Keputusan Pembelian	23
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.5.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.6 Pengaruh Antar Variabel	26
2.6.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli	27
2.6.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	28
2.6.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.7 Tinjauan Peneliti Terdahulu	29
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.9 Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian	38
3.2.1 Variabel Eksogen	39
3.2.2 Variabel Endogen	39
3.2.2 Variabel Intervening	39
3.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.3.1 <i>Word Of Mouth</i>	40
3.3.2 Citra Merek	40
3.3.3 Minat Beli	41
3.3.4 Keputusan Pembelian	41
3.4 Jenis dan Sumber Data	42
3.4.1 Jenis Data	42
3.4.2 Sumber Data	42
3.5 Populasi dan Sampel	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel	43
3.6 Pengumpulan Data	46
3.7 Pengolahan Data	47

3.8 Analisis Data	48
3.8.1 Statistik Deskriptif	48
3.8.2 Analisis SEM	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum	55
4.2 Penyajian Data.....	56
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.3 Analisis Data	60
4.3.1 Uji Instrumen Data.....	60
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	63
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	80
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	81
4.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	83
4.4.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	84
4.4.6 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	85
4.4.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data konsumsi Mie di Indonesia (2019-2023).....	2
Tabel 3. 2 Sampel Penelitian.....	45
Tabel 3. 3 Skala <i>Model Likert</i>	46
Tabel 3. 4 Penilaian Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Model</i>	52
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	58
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	58
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	59
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Variance Extracted</i>	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	63
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Data	63
Tabel 4. 12 <i>Mahalanobis d-squared</i>	64
Tabel 4. 13 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	65
Tabel 4. 14 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan	67
Tabel 4. 15 <i>Regression Weights</i> (Group number 1 - Default model).....	67
Tabel 4. 16 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	69
Tabel 4. 17 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endoegn Sesudah Perbaikan	70
Tabel 4. 18 <i>Regression Weights</i> (Group number 1 - Default model).....	71
Tabel 4. 19 Evaluasi Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	72
Tabel 4. 20 Evaluasi Konfirmatori <i>Full Model</i>	74
Tabel 4. 21 <i>Standardized Regression Weights</i>	75
Tabel 4. 22 <i>Squared Multiple Correlations</i> (Group number 1 - Default model).. <td style="text-align: right;">75</td>	75
Tabel 4. 23 <i>Regression Weights</i> (Group number 1 - Default model).....	76

Tabel 4. 24 Analisis Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4. 25 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	79
Tabel 4. 26 Analisis Total Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	79



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan buruk Mie Gacoan.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4. 1 Logo Mie Gacoan.....	55
Gambar 4. 2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	65
Gambar 4. 3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	66
Gambar 4. 4 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	68
Gambar 4. 5 Pengujian Konfirmatori Endogen Sesudah Perbaikan Model	70
Gambar 4. 6 Pengujian Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	72
Gambar 4. 7 Pengujian Konfirmatori <i>Full Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	98
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner	104
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	111

