

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELALUI *BRAND IMAGE*
(STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)**



Oleh:

**GILANG RIKO RAMADHANI
NPM: 19.1.02.11788**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2023**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELALUI *BRAND IMAGE*
(STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)**



Oleh:

**GILANG RIKO RAMADHANI
NPM: 19.1.02.11788**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2023**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELALUI *BRAND IMAGE*
(STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

GILANG RIKO RAMADHANI

NPM: 19.1.02.116788

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2023**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELALUI *BRAND IMAGE*
(STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

GILANG RIKO RAMADHANI

NPM: 19.1.02.11788

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal: 11 Maret 2023

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.

Anggota : 1. Okto Aditya Suryawirawan, S.M., M.S.M.

2. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

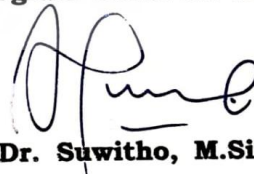
Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nur Laily, M.Si.



Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijin Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Gilang Riko Ramadhani**

NPM : **19.1.02.11788**

menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* dan SOSIAL MEDIA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELALUI *BRAND IMAGE* (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 11 maret 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 11 Maret 2023
Yang membuat pernyataan,



GILANG RIKO RAMADHANI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Gilang Riko Ramadhani
NPM : 19.1.02.11788
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 14 Desember 1999
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke : Tiga, anak ke tiga
Alamat Rumah : Jl. Simo Kwagean No 48 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Suryono
Alamat Rumah/Telepon : 081357337445
Alamat Kantor/Telepon : Jl. Simo Kwagean No 48 Surabaya
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di : SD Petemon XI Surabaya
2. Tamat SMP di : SMP Giki 1 Surabaya
3. Tamat SLTA di : SMA Giki 1 Surabaya
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - VII	2019 - 2023	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Gilang Riko Ramadhani

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran kepada Allah SWT dengan segala Rahmat dan Hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* dan *SOSIAL MEDIA* TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MELAU LI *BRAND IMAGE* (STUDI PADA KAMPUS STIESIA)** Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Untuk mewujudkan skripsi ini, tidak terlepas dari pengarahan dan bimbingan serta saran dari beberapa orang-orang terdekat dan banyak pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menghantarkan segala ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Nur Laily, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M, selaku dosen wali SM-2 yang memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Bapak dan Ibu dosen serta staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dalam penyusunan skripsi ini dengan melalui bangku perkuliahan.
6. Kepada kedua Orang Tua dan saudara saya yang selalu mendoakan dan telah banyak sekali berkorban demi saya untuk memberikan bantuan dalam pendidikan yang saya tempuh baik dari bantuan materiil hingga juga memberikan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sarjana serta skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh teman-teman kelas SM-2 angkatan 2019 terimakasih atas dukungan moral dari kalian semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu namanya, yang telah banyak membantu memberikan bantuan serta dukungan selama proses pengerjaan penulisan skripsi ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan, untuk itu dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, harapan saya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 11 maret 2023

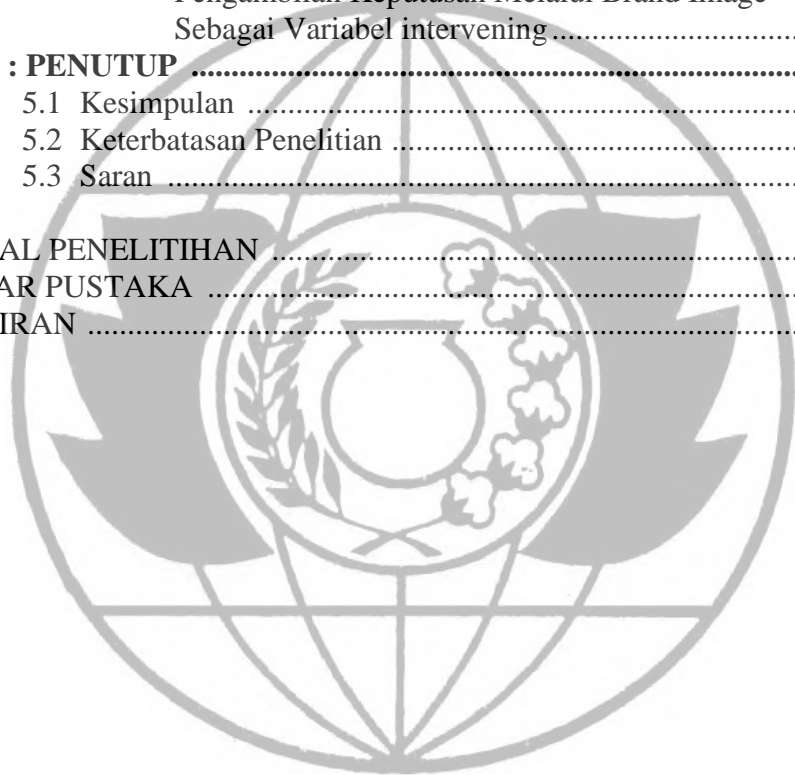
Gilang Riko Ramadhanai

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup	8
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teoritis	9
2.1.1 <i>Ewom</i> (Electronic Word Of Mouth)	9
2.1.2 Sosial Media	10
2.1.3 Pengambilan Keputusan	12
2.1.4 <i>Brand Image</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
2.4.1 Pengaruh EWOM Terhadap Pengambilan Keputusan	20
2.4.2 Pengaruh Sosial Media Terhadap Pengambilan Keputusan	20
2.4.3 Pengaruh EWOM terhadap Brand Image	21
2.4.4 Pengaruh Sosial Media Terhadap Brand Image	22
2.4.5 Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan keputusan	23
2.4.6 Pengaruh EWOM Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening	23
2.4.7 Pengaruh Sosial Media Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening	24
BAB 3 : METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Objek Penelitian	26
3.1.1 Jenis Penelitian	26
3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian	26

3.2	Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1	Jenis Data	28
3.3.2	Sumber Data	29
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Variabel Penelitian	31
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	31
1.	Ewom	32
2.	Sosial Media	32
3.	Brand Image	33
4.	Pengembalian Keputusan	34
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.5.1	Measurement (Outer) Model	36
1.	Uji Validitas	36
2.	Uji Realibilitas	37
3.5.2	Structural (Inner) Model	38
3.5.3	Uji Hipotesis	38
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Gambaran Umum Kampus STIESIA Surabaya	39
1.	Profil Kampus Instansi	39
4.1.2	Visi dan Misi Instansi	39
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden	40
1.	Jenis Kelamin	41
2.	Usia	41
4.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian	42
1.	Tanggapan Responden Terhadap Ewom (Electronic Word Of Mouth)	42
2.	Tanggapan Responden Terhadap Sosial Media	44
3.	Tanggapan Responden Terhadap Brand Image	45
4.	Tanggapan Responden Terhadap Pengambilan Keputusan	47
4.2	Analisis Data	49
4.2.1	Model Pengukuran (Outer Model)	49
1.	Uji Validitas	49
A.	Uji Validitas Konvergen	50
B.	Uji Validitas Deskriminan	51
C.	AVE (Average Variance Extracted)	52
2.	Uji Reabilitas	52
4.2.2	Model Struktural (Inner Model)	53
1.	Nilai Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)	54
2.	Uji Hipotesis (Pengaruh Tidak Langsung)	55
4.3	Pembahasan	56
4.3.1	Brand Image Berpengaruh Terhadap Pengambilan keputusan	56

4.3.2	Electronic Word of Mouth Berpengaruh terhadap Brand Image	57
4.3.3	Electronic Word of Mouth Tidak Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan	58
4.3.4	Sosial Media Berpengaruh Terhadap Brand Image	58
4.3.5	Sosial Media Tidak Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan	59
4.3.6	Eelectronic Word of Mouth Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Brand Image sebagai Variabel intervenig	60
4.3.7	Sosial Media Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Pengambilan Keputusan Melalui Brand Image Sebagai Variabel intervening	61
BAB 5	: PENUTUP	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Keterbatasan Penelitian	64
5.3	Saran	64
JADWAL PENELITIAN		67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		71



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel Jumlah Mahasiswa	3
2. Peneliti Terdahulu	17
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4. Karakteristik Usia	41
5. Kelas Interval	42
6. Tanggapan Responden terhadap Electronic Word Of Mounth	43
7. Tanggapan Responden terhadap Sosial Media	44
8. Tanggapan Responden terhadap Brand Image	46
9. Tanggapan Responden terhadap Pengambilan Keputusan	48
10. Nilai Outher Loading	50
11. Nilai Cross Loading	51
12. Nilai AVE	52
13. Nilai Cronbacchs alpha dan composite reliability	53
14. Nilai R-Square	53
15. Nilai Uji Pengaruh Langsung	54
16. Specific Inderect Effects	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Pemikiran Teoritis	19
2. Rerangka Hasil Outer Model	83
3. Rerangka Hasil Inner Model	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	70
2. Jawaban Responden	75
3. Model Struktural (Outer Model)	83
4. Model structural (inner Model)	85
5. Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi	87
6. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	88
7. Surat Ijin Riset	89
8. Surat Pernyataan Penyebaran Kuesioner	90
9. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	91
10. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	92

