

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT
BELI MAKANAN DI GRANDIS BARN DENGAN KEPERCAYAAN
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

FARAH FADILLAH

B100170115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT
BELI MAKANAN DI GRANDIS BARN DENGAN KEPERCAYAAN
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Yang ditulis dan disusun oleh :

FARAH FADILLAH

B 100170115

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 2 Januari 2021

Pembimbing Utama



(Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DI GRANDIS BARN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Yang ditulis dan disusun oleh :

FARAH FADILLAH

B 100170115

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta pada Januari 2021 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat.

Susunan Dewan Penguji :

1. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Rini Kuswati, S.E., M.Si (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. H. Syamsudin, SE, MM



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:.....

Nama : Farah Fadillah.....

NIM : B100170115.....

Jurusan : MANAJEMEN.....

Judul Skripsi : **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DI
GRANDIS BARN DENGAN KEPERCAYAAN
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 16 Januari 2021

Yang membuat pernyataan

(FARAH FADILLAH)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan” (QS A

Insyirah 5) “Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan

Allah” (QS Huud : 88)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (QS Al Baqarah : 153)

“Tiada keindahan yang lebih baik daripada kecerdasan” (Nabi Muhammad SAW)

“Memangnya kenapa kalau hidup kita tidak sempurna? Toh itu bukanlah jannah” (Anonymous)

”Hidup itu seperti sepeda, agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak” (Albert Einstein)

“Waktumu terbatas. Jangan menyia-nyiakannya dengan menjalani hidup orang lain” (Steve Jobs)

“jangan *insecure*, harus percaya diri” – Fe

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Mu yang telah memberi hamba kesehatan, kesabaran, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku tersayang , bapak Suparto dan ibu Sarmini, yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibuku almh Indah Juwita dan almh Mbah Uti yang sudah berada disurga Allah.
4. Kedua kakakku Mas Danu dan Mas Faris beserta kedua adikku Mamas Fian dan Firman, terimakasih telah memberikan support yang luar biasa.
5. Keluarga besarku dan Wali ku yang telah memberiku semangat, motivasi dan mendampingiku selama ini.
6. Bapak Muzakar Isa selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Seseorang disana, terimakasih telah memberikan semangat, motivasi dan sudah menemaniku mengerjakan skripsi ini dimalam hari walaupun sebentar tapi itu sangat memberiku energi untuk mengerjakan skripsi ini. Terimakasih telah menemani sembari bernyanyi.

8. Seluruh keluargaku di HEMa Manajemen yang sudah memberiku kenangan diwaktu kuliah semoga selalu menjadi keluarga dan semangat.
9. Sefa dan Basyasyah terimakasih telah menemaniku dari sempro sampai kompre hingga skripsiku telah selesai. Terimakasih semangat yang diberikan dan terimakasih sudah mengajakku bersenang-senang.
10. Widya Putranto terimakasih banyak sudah mengirimku motivasi, semangat, renungan, beban dan makanan. Terimakasih selalu ada disaat saya butuh anda.
11. Naufal Annafies dan Qadafi terimakasih telah memberiku banyak masukan, informasi, dan dukungannya dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
12. Semua teman-temanku yang sudah memberiku semangat, bantuan, tenaga, motivasi, doa dll. Terimakasih sudah mau disusahkan oleh saya.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli makanan digrandis barn dengan kepercayaan merek sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berguna untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda dengan menggunakan variabel intervening yaitu kepercayaan merek. Adapun variabel lain yakni *electronic word of mouth* dan minat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek, variabel kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, dan variabel kepercayaan merek memediasi *electronic word of mouth* terhadap minat beli berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli dan Kepercayaan Merek

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of electronic word of mouth on buying interest in new digrandized food with brand trust as an intervening variable. This research is a quantitative study that is useful for examining a particular population or sample. The sample used in this study were 100 respondents. This study uses multiple linear analysis methods using intervening variables, namely brand trust. The other variables are electronic word of mouth and buying interest. The results of this study indicate that the variable electronic word of mouth has a significant positive effect on purchase intention, the variable electronic word of mouth has a significant positive effect on brand trust, the variable brand trust has a significant positive effect on purchase intention, and the variable brand trust mediates electronic word of mouth on purchase intention. has a significant positive effect on purchase intention.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Purchase Interest and Brand Trust

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim Assalamu'alaikum Wr. Wb. Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kedairat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kedamaian, kesabaran berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DI GRANDIS BARN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** dengan lancar. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW yang telah manghantarkan kita untuk menjadi orang yang lebih baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, arahan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan bagi penulis di masa depan. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 2 Januari 2021
Penulis

Farah Fadillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TUJUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Kerangka Pemikiran	18
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Definisi Operasional Variabel	22
C. Populasi dan Sampel.....	23
D. Jenis dan Sumber Data	25

E. Metode Pengumpulan Data	25
F. Metode Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Analisis Deskripsi Responden	34
B. Analisis Data	36
C. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Keterbatasan	57
C. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4. Karakteristik Usia Responden.....	35
Tabel 5. Karakteristik Uang Saku Responden	35
Tabel 6. Karakteristik Pernah atau Tidak Pernah Responden Melakukan Pembelian	36
Tabel 7. <i>Outer Loading</i>	39
Tabel 8. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	40
Tabel 9. <i>Composite Reliability</i>	41
Tabel 10. <i>Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 11. <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	43
Tabel 12. <i>R Square</i>	45
Tabel 13. Nilai <i>Inner Wights</i>	47
Tabel 14. Hasil Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficient</i>).....	48
Tabel 15. Hasil Pengujian Tidak Langsung	50
Tabel 16. Pengaruh Total Hubungan Electronic Word of Mouth dan Minat Beli dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intrvening.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2. <i>Outer Weights</i>	37
Gambar 3. <i>Inner Weights</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	68
Lampiran 3. <i>Outer Model</i>	71
Lampiran 4. <i>Inner Model</i>	72
Lampiran 5. <i>Outer Loading</i>	73
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Discriminant Validity, Composite Reliability, Cronbach Alpha</i>).....	74
Lampiran 7. <i>Collinerity Statistics</i> (VIF)	75
Lampiran 8. Uji Kebaikan Model	76
Lampiran 9. Uji Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficient</i>)	77
Lampiran 10. Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Specific Indirect Effect</i>).....	78