



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM),  
CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MINUMAN HAUS!**

**SKRIPSI**

**FITRI NOPITA SARI 2110111025**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2024**



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*,  
CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MINUMAN HAUS!**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**FITRI NOPITA SARI 2110111025**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fitri Nopita Sari

NIM. : 2110111025

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Fitri Nopita Sari)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Nopita Sari  
NIM : 2110111025  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Haus!**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 14 Januari 2025  
Yang menyatakan,



(Fitri Nopita Sari)

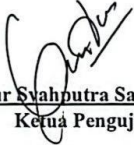
SKRIPSI

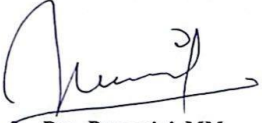
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), CITRA  
MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN HAUS!

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*


FITRI NOPITA SARI 2110111025


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 11 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM  
Ketua Penguji

  
Dra. Pusporini, MM  
Penguji I



  
Suharyati, S.E., M.M.  
Penguji II

  
Siti Hidayati, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 11 Desember 2024

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE, AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS FOR HAUS! DRINKS.**

**By Fitri Nopita Sari**

***Abstract***

*This study aims to analyze the effect of three independent variables, namely electronic word of mouth (E-WOM), brand image, and price on purchasing decisions for Haus! drinks in South Jakarta. This study uses quantitative methods with descriptive analysis techniques to describe sample characteristics and inferential analysis techniques using SmartPLS 4.0 analysis tools. The population in this study consisted of consumers of Haus! drinks in South Jakarta with a sample of 100 respondents selected through a non-probability sampling method in the form of purposive sampling. Data was collected through distributing questionnaires using Google Forms which were distributed via social media. The results of the analysis show that brand image and price have a positive and significant influence on purchasing decisions for Haus! drinks. Meanwhile, electronic word of mouth (E-WOM) has no effect and is not significant on purchasing decisions for Haus! drinks. This study provides deeper insight into the factors that influence purchasing decisions in the context of electronic word of mouth (E-WOM), brand image, and the price of Haus! drinks.*

**Keywords:** *brand image ; electronic word of mouth (e-wom); Haus! drinks price; purchase decision*

# **PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN HAUS!**

**Oleh Fitri Nopita Sari**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tiga variabel independen, yaitu *electronic word of mouth* (E-WOM), citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Haus! di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif untuk menjelaskan karakteristik sampel dan teknik analisis inferensial menggunakan alat bantu analisis SmartPLS 4.0. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari konsumen minuman Haus! di Jakarta Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui metode *non probability sampling* berupa *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form yang disebar melalui media sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Haus!. Sedangkan *electronic word of mouth* (E-WOM) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Haus!. Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam konteks *electronic word of mouth* (E-WOM), citra merek, dan harga minuman Haus!.

**Kata Kunci:** citra merek; *electronic word of mouth* (e-wom); harga; keputusan pembelian; minuman Haus!



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Rabu , tanggal 11 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fitri Nopita Sari

No.Pokok Mahasiswa : 2110111025

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Haus!**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \**

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 11 Desember 2024

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## PRAKATA

Segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat-Nya sehingga penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Haus!” dapat disusun sampai dengan selesai, yang mana penelitian ini menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
4. Ibu Suharyati, SE.MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini;
5. Orang tua penulis yang mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada penulis untuk menyusun proposal skripsi;
6. Teman-teman penulis yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta terdapat kekurangan sehingga penulis sangat terbuka akan saran dan kritik dari pembaca. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 23 September 2024

Fitri Nopita Sari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>BERITA ACARA</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	11
2.1.3 <i>Digital Marketing</i> .....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	15
2.1.6 Citra Merek.....	17
2.1.7 Harga .....	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	20
2.3 Model Penelitian.....	27
2.3.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.3.3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31

3.1.1 Definisi Operasional.....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.3.3 Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial.....	39
3.4.3 Uji Hipotesis.....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Pretest.....	49
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	50
4.3.1 Deskripsi Data Responden.....	50
4.3.2 Analisis Data Deskriptif.....	53
4.4 Analisis Data Inferensial.....	61
4.4.1 Uji Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ).....	62
4.4.2 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	66
4.4.3 Uji Hipotesis.....	67
4.5 Pembahasan.....	71
4.5.1 Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
3.5 Simpulan.....	78
3.6 Keterbatasan Penelitian.....	79
3.7 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Beberapa Merek Minuman di Indonesia .....	2
Tabel 2. Review Pelanggan .....	5
Tabel 3. Perbandingan Harga Minuman.....	6
Tabel 4. Matriks Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 5. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 6. Bobot Nilai Skala Likert .....	35
Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks .....	38
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas .....	42
Tabel 10. Tingkat Multikolinearitas .....	44
Tabel 11. Tingkat R-Square.....	44
Tabel 12. Content Validity.....	49
Tabel 13. KMO and Bartlett's Test.....	49
Tabel 14. Nilai Cronbach's Alpha.....	50
Tabel 15. Karakteristik Responden .....	51
Tabel 16. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 17. Hasil Analisis Deskriptif Tempat Beraktivitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 18. Hasil Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Variabel E-WOM .....	55
Tabel 19. Hasil Analisis Deskriptif Tempat Beraktivitas Variabel E-WOM.....	56
Tabel 20. Hasil Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Variabel Citra Merek .....	57
Tabel 21. Hasil Analisis Deskriptif Tempat Beraktivitas Variabel Citra Merek ...	58
Tabel 22. Hasil Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Variabel Harga.....	59
Tabel 23. Hasil Analisis Deskriptif Tempat Beraktivitas Variabel Harga .....	60
Tabel 24. Outer Loading .....	62
Tabel 25. Average Variance Extracted (AVE) .....	63
Tabel 26. Hasil Cross Loading .....	63
Tabel 27. Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) .....	64
Tabel 28. Composite Reliability.....	65
Tabel 29. Cronbach's alpha .....	65
Tabel 30. Variance Inflation Factor (VIF).....	66
Tabel 31. R-Square.....	67
Tabel 32. Hasil Q-Square .....	67
Tabel 33. Path Coefficients .....	68
Tabel 34. Uji Korelasi Indikator Variabel Independen dan Dependen.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Industri Makanan dan Minuman .....	1
Gambar 2. Rating Minuman.....	5
Gambar 3. Model Penelitian .....	29
Gambar 4. Tahapan SmartPLS .....	39
Gambar 5. Inner Model Penelitian .....	40
Gambar 6. Outer Model Penelitian .....	41
Gambar 7. Diagram Jalur .....	42
Gambar 8. Logo Haus! .....	48
Gambar 9. Grafik Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Gambar 10. Grafik Analisis Deskriptif Variabel E-WOM.....	57
Gambar 11. Grafik Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	59
Gambar 12. Grafik Analisis Deskriptif Variabel Harga .....	61
Gambar 13. Outer Model .....	61
Gambar 14. Inner Model.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Kuesioner .....	86
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden .....	90
Lampiran 3. Nilai T-tabel .....	99
Lampiran 4. Bukti Penyebaran Kuesioner .....	100
Lampiran 5. Kartu Monitoring .....	101
Lampiran 6. Hasil Turnitin .....	103