

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN
KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Disusun oleh :

YULIATI

NPM. 1961201002796



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yuliati
Nomor Pokok Mahasiswa : 1961201002796
Universitas : Universitas Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN KOTA PASURUAN

Pasuruan, 02 Agustus 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I



Nurul Akramiah, SE.,MM

Dosen Pembimbing II



M. Tahajjudi Ghifari, S.AB.,M.PSDM

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada pada tanggal 02 Agustus 2023.

TIM PENGUJI

1. Eva Mufidah, S.AB., MM.

1. Ketua



.....

2. Nurul Akramiah, SE.,MM

2. Sekretaris



.....

3. M. Tahajjudi Ghifari, S.AB.,M.PSDM

3. Anggota





.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

SURAT PERNYATAAN PORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuliati

NPM : 1961201002796

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian/Skripsi ini yang berjudul "PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN KOTA PASURUAN" merupakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi (jiplakan) dari hasil penelitian orang lain. Sepengetahuan saya, topik/judul dari Skripsi ini belum pernah ditulis oleh orang lain.

Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi (jiplakan) dari hasil penelitian orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Tim Penguji.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pasuruan, 02 Agustus 2023

Penulis



1000
SEPULUH RIBU RUPIAH
METERAL TEMPEL
D31BCAKX545497437

Yuliati

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 2438/24/06/424.067.04.07/2023

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Tegar Dhika Ardiansyah

Jabatan : Head Operasional

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Yuliati

NPM : 1961201002796

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Merdeka Pasuruan

Program Studi : Management

Fakultas : Ekonomi

Telah sebenar – benarnya melakukan penelitian di Waroenk Ramen Kota Pasuruan sejak tanggal 11 April 2023 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN KOTA PASURUAN”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pasuruan, 28 Juli 2023

Tegar Dhika Ardiansya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN KOTA PASURUAN”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati. M.P selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan beserta staf dan karyawan/ karyawati.
2. Ibu Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Nurul Akramiah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak M. Tahajjudi Ghifari,S.AB., M.PSDM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Sekretariat Fakulltas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

6. Pimpinan beserta seluruh konsumen Waroenk Ramen Kota Pasuruan atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh informasi yang diperlukan selama penelitian ini.
7. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan Do'a, dorongan dan semangat kepada penulis.
8. Sahabat dan Teman-teman tercinta atas kebersamaan, keceriaan, bantuan dan dorongan kepada penulis.

Semoga Allah SWT membalas budi baiknya dan berkahnya kepada kita semua. Aamiin.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Pasuruan, 02 Agustus 2023

Yuliati

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA WAROENK RAMEN KOTA PASURUAN

Yuliati¹, Nurul Akramiah², M Tahajjudi Ghifari³

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan

e-mail : yuliati28101@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,

ghifary.one@gmail.com³

Abstrak

Pemasaran mencakup kegiatan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Dengan adanya iklan dan promosi yang dilakukan perusahaan, maka konsumen dapat mengetahui produk atau makanan yang telah di tawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana Pengaruh *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Pada Waroenk Ramen Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif dan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Sampel penelitian ini adalah Konsumen Waroenk Ramen Kota Pasuruan sebanyak 55 orang dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan studi pustaka sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil uji regresi didapatkan variabel *Brand Image* (X1) nilai 0,489 dengan signifikan 0,098, variabel *Word Of Mouth* (X2) memiliki nilai 0,198 dengan signifikan 0,131. Nilai *R Square* menunjukkan nilai 0,796 atau 79,6% ini diartikan sebagai 20,4% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, tempat, sikap konsumen atau variabel lain diluar persamaan regresi ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Minat Beli, Regresi Linier Berganda

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND WORD OF MOUTH ON
PURCHASE INTEREST IN WAROENK RAMEN PASURUAN CITY**

Yuliati¹, Nurul Akramiah², M Tahajjudi Ghifari³

¹*Student of the Management Department of the Faculty of Economics, Merdeka
University of Pasuruan*

^{2,3}*Lecturer in the Department of Management, Faculty of Economics, Merdeka
University of Pasuruan*

e-mail : yuliati28101@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,
ghifary.one@gmail.com³

Abstract

Marketing includes company activities to adapt to its environment. With the advertising and promotions carried out by the company, consumers can find out about the products or food that have been offered. This study aims to examine how the influence of brand image and word of mouth on buying interest in Waroenk Ramen, Pasuruan City. This study uses qualitative and quantitative data types and data sources derived from primary data and secondary data. The sample of this research was Waroenk Ramen Consumers in Pasuruan City, as many as 55 people using the accidental sampling technique. Data collection used a questionnaire, and literature study while data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. From the results of the regression test, the Brand Image variable (X1) has a value of 0.489 with a significance of 0.098, the word of mouth variable (X2) has a value of 0.198 with a significance of 0.131. The R Square value indicates a value of 0.796 or 79.6% which means 20.4% is influenced by other variables such as price, place, consumer attitudes or other variables outside this regression equation.

Keywords : *Brand Image, Word Of Mouth, Purchase Intention, Multiple Linear Regression*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	7
1. Minat Beli (Y).....	7
a. Pengertian Minat Beli.....	7
b. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	8

c. Indikator Minat Beli	8
2. <i>Brand Image</i> (X1).....	9
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	9
b. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	10
c. Indikator <i>Brand Image</i>	10
3. <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	11
a. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	11
b. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i>	12
c. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	13
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Kerangka Konseptual	17
D. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel	20
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	20
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	21
B. Ruang Lingkup Penelitian	23
C. Lokasi Penelitian.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Jenis Data.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data	25
G. Teknik Pengolahan Data.....	27
H. Instrumen Penelitian	28

I. Uji Instrumen Penelitian	29
J. Uji Kualitas Data	30
1. Analisis Deskriptif	30
2. Uji Asumsi Klasik.....	31
K. Teknik Analisis Data	33
L. Pengujian Hipotesis	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	36
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	37
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	38
4. Uji Instrumen Data.....	38
a. Uji Validitas	38
b. Uji Reabilitas	40
5. Analisis Deskriptif	40
6. Deskriptif Variabel.....	45
7. Uji Asumsi Klasik.....	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Multikolinieritas	53
c. Uji Heterokedastisitas	54
8. Analisis Linier Berganda	55
9. Uji Koefisien Determinasi.....	58
10. Uji Hipotesis	59

a. Uji Simultan	59
b. Uji Parsial	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2	Tabel Nilai Pernyataan Pada Kuisisioner.....	28
Tabel 3	Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4	Hasil Uji Reabilitas	40
Tabel 5	Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 6	Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 7	Hasil Perhitungan Jawaban Responden.....	46
Tabel 8	Hasil Uji Kuisisioner <i>Brand Image</i>	47
Tabel 9	Hasil Uji Kuisisioner <i>Word Of Mouth</i>	48
Tabel 10	Hasil Uji Kuisisioner Minat Beli	50
Tabel 11	Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 12	Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 15	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 16	Hasil Uji Parsial <i>Brand Image</i> (Uji t).....	61
Tabel 17	Hasil Uji Parsial <i>Word Of Mouth</i> (Uji t).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 2 Struktur Organisasi Perusahaan	38
Gambar 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 5 <i>Normal P-P Plot Of Refression Standardized residual</i>	53
Gambar 6 <i>Scatterplot</i>	55

