

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Album *Empathy* Di Malang

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Ziana Shofia Azmy / 202010160311183

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),
KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM EMPATHY DI MALANG**

Oleh :

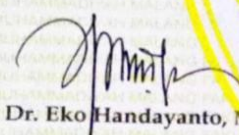
**Ziana Shofia Azmy
202010160311183**


Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Mei 2024



Pembimbing I,

Pembimbing II,

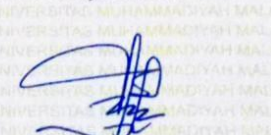

Dr. Eko Handayanto, M.M.


Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM *EMPATHY* DI MALANG

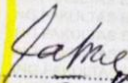

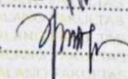
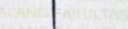
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ziana Shofia Azmy
NIM : 202010160311183
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

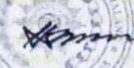
Susunan Tim Penguji:

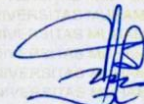
Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.
Penguji II : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.
Penguji III : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.
Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

MALANG

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ziana Shofia Azmy

NIM : 202010160311183

Program Studi : Manajemen

Surel : ziana_azmy11@gmail.com

Dengan ini, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar benar hasil karya ilmiah sendiri baik Sebagian maupun keseluruhan bukan hasil kaarya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dari pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tulis dan secara dicantumkan sebagai bahan-bahan acuan dengan menyediakan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat sebenar benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan atau tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



(Ziana Shofia Azmy)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Kualitas Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Album *Empathy* Di Malang". Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulisan skripsi ini sebagai bentuk persembahan dan ungkapan terima kasih saya sebagai penulis kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses penelitian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Warsono, Drs., M.M. selaku dosen wali Manajemen kelas D angkatan 2020.
5. Eko Handayanto, Dr., Drs., M.M. Sebagai dosen pembimbing I saya yang selalu senantiasa membimbing saya dengan penuh kesabaran dan ketulusan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat, ikhlas, dan bahagia sehingga diberi kemudahan dalam mengerjakan penulisan skripsi.
6. Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M. Sebagai dosen pembimbing II saya yang senantiasa selalu membimbing saya dengan penuh kesabaran, selalu memotivasi dan memberi semangat, dan selalu menyempatkan waktu nya untuk bimbingan sehingga penulis bisa cepat menyelesaikan skripsi dengan penuh kegembiraan dan penuh dengan semangat.
7. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen beserta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan

pengalaman yang bermanfaat bagi penulis, serta bisa membantu dalam pengurusan administrasi selama masa perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi.

8. Terima kasih kepada Ayah ku Anwar Haryono Beliau yang tidak pernah mengenal lelah, selalu mengusahakan yang terbaik untuk anak-anak nya, selalu memberikan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Terima kasih kepada Ibu ku Nenek Tursiana atas segala nasihat, do'a dan motivasi. Ibu menjadi penguatku dan pengingat paling hebat. Beliau selalu memberi nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat.
10. Terima kasih kepada kakak ku yaitu Fahmi majid attamimi. Terima kasih atas semangat nya. Kakak ku selalu menjadi panutanku selama ini.
11. Terima kasih untuk teman-teman ku dan sahabat ku yang selama ini sudah mau menemani aku disaat susah maupun bahagia.
12. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah bisa kuat dan bertahan sampai detik ini dengan melawati rintangan, cobaan, dan ujian yang sangat luar biasa saya bisa kuat berdiri dengan kaki saya sendiri dengan doa orangtua saya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Kami berharap karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Akhir kata penulis mendoakan semoga Allah SWT selalu memberkati dan membimbing kita semua.

Malang, 25 Mei 2024
Penulis,

Ziana Shofia Azmy

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),
PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO
PURCHASE EMPATHY ALBUMS IN MALANG**

Ziana Shofia Azmy¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

^{1,2,3}Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: Ziana.azmy11@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the influence of E-wom, product quality and brand image on the decision process to purchase the album "Empathy." This research uses multiple linear regression analysis tools using SPSS v.26. The population in this research are fans who bought the Empathy album in Malang. The research sample was 100 respondents. This research used a sampling technique, namely purposive sampling. The results of this research show that E-wom, product quality and brand image have a partial and simultaneous influence on the decision to purchase the empathy album.

Keywords: Ewom, product quality, brand image, purchasing decision, album.

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS
PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ALBUM *EMPATHY* DI MALANG**

Ziana Shofia Azmy*¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

³Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: ziana.azmy11@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-wom*, Kualitas Produk dan *brand image* terhadap proses Keputusan pembelian album "*Empathy*." Penelitian ini menggunakan alat analisis linier regresi berganda menggunakan SPSS v.26. Populasi yang ada penelitian ini adalah penggemar yang membeli album *Empathy* yang ada di Malang. Sampel penelitian sejumlah 100 responden, dalam penelitian ini menggunakan Teknik sampling yakni purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-wom*, Kualitas produk dan *Brand Image* berpengaruh secara persial dan simultan terhadap keputusan pembelian album *empathy*.

Kata kunci: *E-wom*, kualitas produk, brand image, Keputusan pembelian, album

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE EMPATHY ALBUMS IN MALANG	vii
PENGARUH <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)</i> , KUALITAS PRODUK DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM <i>EMPATHY</i> DI MALANG	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Landasan Teori	16
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi Penelitian	26
B. Jenis Penelitian	26
C. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	26

D. Definisi Operasional Variabel	27
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Metode Analisis Data	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
G. Deskripsi Album <i>Empathy</i>	36
H. Deskripsi Responden	37
I. Deskripsi variable penelitian.....	38
J. Metode Analisis Data	47
C. Uji Heteroskedastisitas	51
K. Teknik Analisa Data	52
1. Analisis Linier Berganda.....	52
L. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Album K-pop tertinggi.....	4
Tabel 1.2 pendengaran musik tertinggi (non fisik)	6
Tabel 1.3 Peringkat mingguan album empathy	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	38
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia	38
Tabel 4.3 distribusi frekuensi variabel E-wom	40
Tabel 4.4 distribusi frekuensi variable kualitas produk.....	42
Tabel 4.5 distribusi frekuensi variable brand image.....	44
Tabel 4.6 distribusi frekuensi variabel Keputusan pembelian.....	46
Tabel 4.7 hasil uji validitas	48
Tabel 4.8 hasil uji reliabilitas.....	50
Tabel 4.9 hasil uji normalitas	51
Tabel 4.10 hasil uji multikolinearitas	51
Tabel 4.11 hasil uji heteroskedastisitas	52
Tabel 4.12 hasil analisis regresi	53
Tabel 4.13 hasil koefisien determinasi.....	55
Tabel 4.14 hasil uji t	56
Tabel 4.15 hasil uji f	58

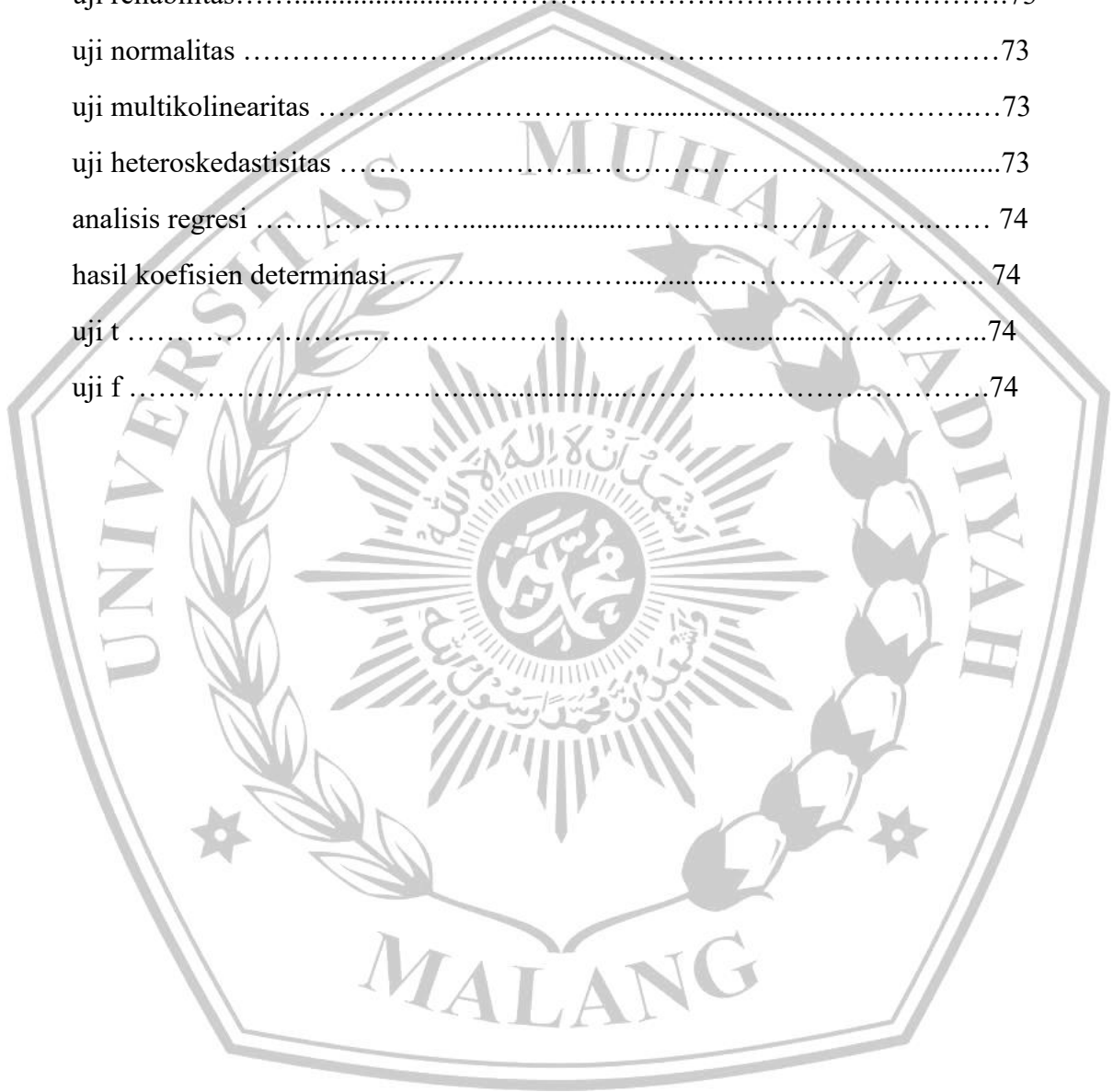
DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian..... 22



DAFTAR LAMPIRAN

Koesioner.....	70
Distribusi freequence.....	71
uji validitas.....	72
uji reliabilitas.....	73
uji normalitas	73
uji multikolinearitas	73
uji heteroskedastisitas	73
analisis regresi	74
hasil koefisien determinasi.....	74
uji t	74
uji f	74



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality, *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347-356
- Arjang. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Image. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 10.
- Azari, P. M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-Pop Official Melalui E-Commerce . 31.
- Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6), 122-145.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2002). *Supply Chain Logistics Management*. McGraw-Hill.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 345-354.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dita, M., Sandradewi, P., & Nurlinda, R. A. (2024). Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk Dan Brand. 5(1), 50–68.
- Dwifadhilah, A. (2021). Pengaruh relationship marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli album kpop treasure. *Jurnal administrasi bisnis*.
- Feigenbaum, A. V. (1986). *Total Quality Control*. McGraw-Hill.
- Fournier, S. (2009). Lessons learned about consumers' relationships with their brands. (pp. 5-23). New York: M.E. Sharpe.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101-109.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi Ketujuh). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Rupayama, K (2023). Pengaruh Electronic word of mouth (E-wom), Harga, Dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada produk smartphone merek oppo di kota Denpasar. *Jurnal widya Amrita*.
- Hennig-Thurau, T., Wiertz, C., & Feldhaus, F. (2015). The impact of microblogging word of mouth on consumers' adoption of new movies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(3), 375-394.

- Ilham, O. B. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Trend Fashion terhadap Minat Beli Produk Sepatu Converse. *Jurnal riset manajemen*, 221-223.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Keller, K. (2003). *Strategic Brand Manajemen*. London: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., d. (2016). *Managemen pemasaran edisi 12 jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- L, kim (2021, juli 26) Exo’s D.O. shares how he feels about his first solo mini album “Empathy” describes the tittle track and more, diakses pada 26 mei 2024, dari <https://www.soompi.com/article/1480894wpp/exos-d-o-shares-how-he-feels-about-his-first-solo-mini-album-empathy-describes-the-tittle-track-and-more>
- Maharani, D. (2020). *Visual Marketing: Strategi Desain untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan*. Jakarta: ABC.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research: An Applied Orientation (5th ed.)*. Pearson Education
- MAYZLIN, J. A. (2006). The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews. *Journal of Marketing Research*, 245-354.
- Orville, Larreche, Boyd. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Pannchoa (2023, 06 April) Highest first week sales for solos in history diakses pada 28 september 2023, dari tinyurl.com/yezrnm
- Qolbi, s. n. (2024). Pengaruh Impulse Buying, Kualitas Produk dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik K-pop Secara Online (Studi Kasus Pada Fanbase Treasure Maker Indonesia). *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Smtownchart. (@smtowncharts,21 feb 2024).). most streamed SM Solo Album 1st week on spotify.
https://twitter.com/SMTOWNCharts/status/1760163602877858301?t=u5KX2FAZZ1Me_ZrcfYILQw&s=19.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

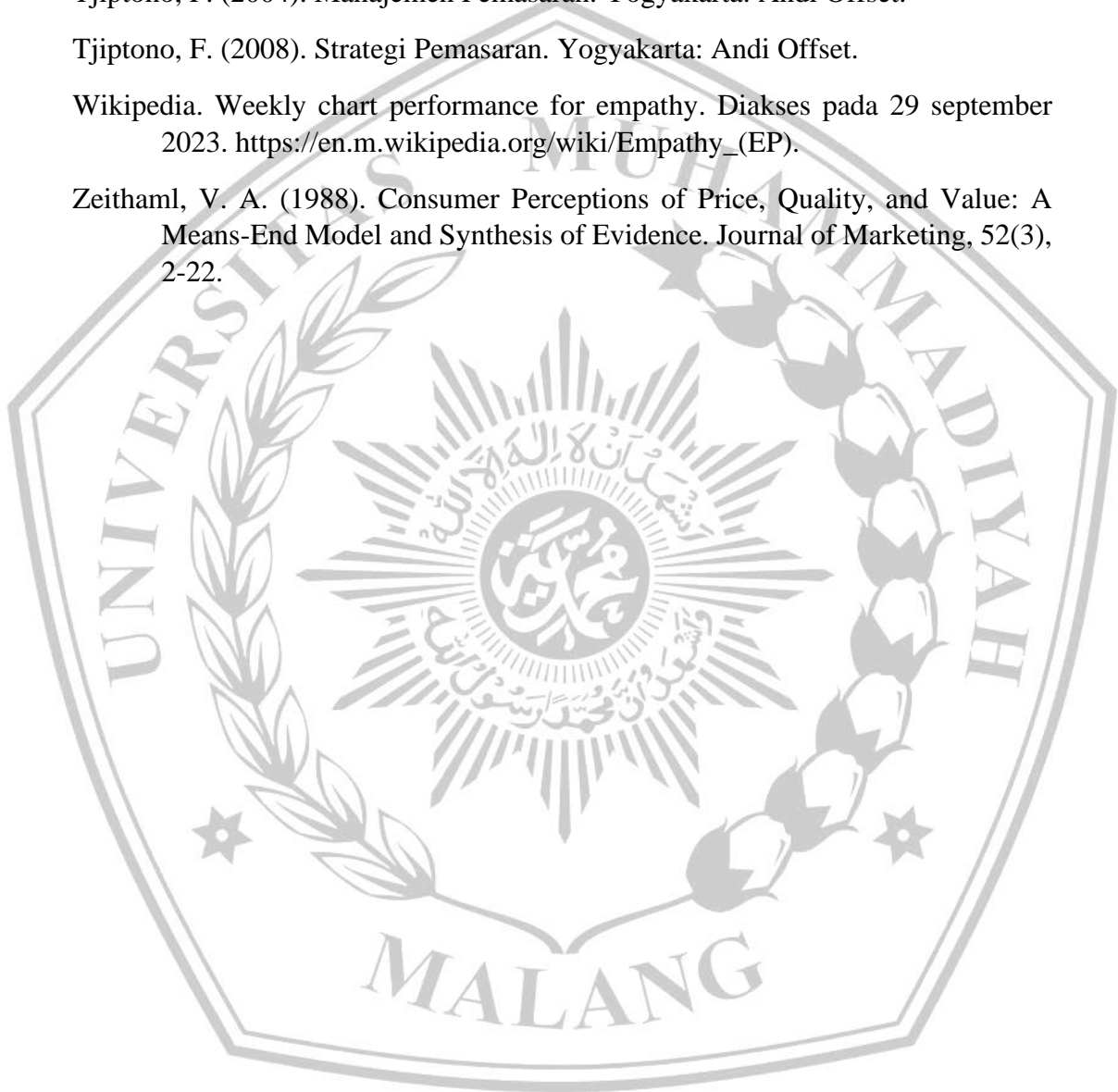
Thurau, T. H., k, Kevin P Gwinner, Gianfranco Walsh, & Dwayne D Gremler. (2004). Electronic Word Of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18(1):38-52.

Tjiptono, F. (2004). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Wikipedia. Weekly chart performance for empathy. Diakses pada 29 september 2023. [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Empathy_\(EP\)](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Empathy_(EP)).

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.



Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Kualitas produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Album Empathy Di Malang

ORIGINALITY REPORT

5% SIMILARITY INDEX
5% INTERNET SOURCES
3% PUBLICATIONS
2% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Hendri Hermawan Adinugraha, Muhammad Khoiril Fikri, Sukirno Sukirno. "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Durian Dengan Sistem Ijon", ASY SYAR'IYAH: JURNAL ILMU SYARIAH DAN PERBANKAN ISLAM, 2021
 Publication **3%**
- 2** dspace.uii.ac.id
 Internet Source **2%**

Exclude quotes On
 Exclude bibliography On
 Exclude matches < 2%

 **Lembaga Informasi dan Publikasi**
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 8/5/2024

Kode : 2374008949
 Nama : Ziana shofia azmy
 NIM : 202010160311183
 Prodi : Manajemen
 Naskah publikasi : LULUS
 Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP

 Kenny Roz, S.Kom., M.M