

**PENGARUH HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND SANITIZER* DIMEDIASI
OLEH CITRA MEREK DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Pada Pelanggan Dettol *Hand Sanitizer* di DKI Jakarta)

MUHAMMAD UMAR AL FIKRI HUMRIS

1705618074



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

HALAMAN JUDUL

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF PRICE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON
PURCHASE DECISIONS OF HAND SANITIZER PRODUCTS MEDIATED
BY BRAND IMAGE DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

(A Survey of Dettol Hand Sanitizer Customers in DKI Jakarta)

MUHAMMAD UMAR AL FIKRI HUMRIS

1705618074



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

***This Research was written as One of the Requirements to Attain a Bachelor of
Management Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

HALAMAN JUDUL

BACHELOR DEGREE IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Muhammad Umar Al Fikri Humris, 2022; Pengaruh Harga Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand Sanitizer* Dimediasi Oleh Citra Merek di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Dettol *Hand Sanitizer* di DKI Jakarta). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D & Rahmi, S.E., M.S.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh *EWOM* terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap citra merek, pengaruh *EWOM* terhadap citra merek, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh tidak langsung harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek, pengaruh tidak langsung *EWOM* terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian yang dikumpulkan berjumlah 220 responden pelanggan *Hand Sanitizer* Dettol. Analisis data menggunakan *software* SPSS versi 25 dan Lisrel 8.8 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian, *EWOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, *EWOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, Citra Merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Membeli, Citra Merek tidak memediasi antara Harga dan Keputusan Membeli, dan Citra Merek tidak memediasi antara *EWOM* dan Keputusan Membeli.

Kata Kunci: Harga, *Electronic Word-of-Mouth*, Keputusan Pembelian, Citra Merek, Dettol.

ABSTRACT

Muhammad Umar Al Fikri Humris, 2022: The Effect of Price and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions of Hand Sanitizer Products Mediated by Brand Image During the Covid-19 Pandemic (A Survey of Dettol Hand Sanitizer Customers in DKI Jakarta). Jakarta: Study Program of SI Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D & Rahmi, S.E., M.S.M.

This study aims to find out the direct influence of price on purchasing decisions, the direct influence of EWOM on purchasing decisions, the direct influence of price on brand image, the direct influence of EWOM on brand image, the direct influence of brand image on purchasing decisions, indirect influence of price on purchasing decisions through brand image, indirect influence of EWOM on purchasing decisions through brand image.

The data collection method uses a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The research sample collected amounted to 220 respondents Dettol Hand Sanitizer customers. Data analysis uses SPSS software version 25 and Lisrel 8.8 to process and analyze research data.

Hypothesis testing results show that Price has a positive but insignificant effect on purchasing decisions, EWOM has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Price has a positive and significant effect on Brand Image, EWOM has a positive and significant effect on Brand Image, Brand Image has a positive but not significant effect on Buying Decisions, Brand Image does not mediate between Price and Buying Decision, and The Brand Image does not mediate between EWOM and the Buying Decision.

Keyword: *Price, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision, Brand Image, Dettol.*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Muhammad Umar Al Fikri Hurmris

No. Reg 1705618074



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Umar Al Fikri Humris

NIM : 1705618074

Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen

Alamat email : fikrihumris@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

“Pengaruh Harga dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand Sanitizer* Dimediasi oleh Citra Merek di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Dettol Hand Sanitizer di DKI Jakarta)”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 04 Agustus 2022

Penulis

(Muhammad Umar Al Fikri Humris)






LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP.197207152001121001



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M. NIP. 19740416200604100 (Ketua Sidang)		29-07-2022
2	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Penguji 1)		22-07-2022
3	Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S.Sos., MM NIP. 197307252003122002 (Penguji 2)		19-07-2022
4	Andi Muhammad Sadat, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		01-08-2022
5	Rahmi, SE., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		01-08-2022
Nama: Muhammad Umar Al Fikri Humris No. Registrasi : 1705618043 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus :			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap dua tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, berkat rahmat, nikmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir di waktu yang tepat.

Penelitian ini dibuat berdasarkan ilmu yang diperoleh peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti mendapat dukungan dari beberapa pihak dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 yang berkenan memberikan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan petunjuk dalam penulisan penelitian.
2. Rahmi, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang berkenan memberikan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan petunjuk dalam penulisan penelitian.
3. Prof. Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M. Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Faisal Humris dan Siti Fatimah selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan dukungan moril dan materi.
6. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung peneliti selama menyusun proposal penelitian.
8. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan proposal penelitian ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh peneliti. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Jakarta, 24 Februari 2022



Muhammad Umar Al Fikri Humris
NIM.1705618074

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Harga	12
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.1.4 Citra Merek	17
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.3 Rumusan & Hipotesis.....	29
2.4 Kerangka Teori.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37

3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	39
3.5	Teknik Analisis	42
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.5.2	Uji Validitas	43
3.5.3	Uji Reliabilitas.....	43
3.5.4	Uji Kesesuaian Model	44
3.5.5	Uji Hipotesis.....	46
3.6	Model SEM	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Unit Analisis	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	51
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	52
4.2.2	Uji Validitas	58
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	59
4.2.4	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	60
4.2.5	<i>Full Model SEM</i>	65
4.2.6	Uji Hipotesis.....	68
4.2.7	Uji Mediasi (Uji Sobel).....	70
4.3	Pembahasan.....	71
4.3.1	Hasil Interpretasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.3.2	Hasil Interpretasi <i>EWOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	72
4.3.3	Hasil Interpretasi Harga terhadap Citra Merek	73

4.3.4	Hasil Interpretasi <i>EWOM</i> terhadap Citra Merek	74
4.3.5	Hasil Interpretasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	75
4.3.6	Hasil Interpretasi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	76
4.3.7	Hasil Interpretasi <i>EWOM</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	77
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Implikasi.....	81
5.3	Keterbatasan Penelitian	83
5.4	Saran Penelitian.....	83
5.4.1	Saran Praktis.....	83
5.4.2	Saran Teoretis.....	84
DAFTAR PUSTAKA		xv
LAMPIRAN.....		xxi

