

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND PREFERENCE* (Kasus Pada Pengguna *Smartphone* Merek *Xiaomi*)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Pada penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dukungan motivasi, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, Ibu Keni Rahayu dan Bapak Ajang Ruhendar, Kakak, Adik-adik, Saudara-saudara dan semua keluarga tercinta yang selalu memberikan cinta, kasih sayang yang tulus, dukungan baik secara moril maupun materil, nasehat, semangat, motivasi dan selalu mendo'akan penulis dalam setiap langkahnya.
2. Dr. Ir. Nundang Busaeri, M.T., IPU., ASEAN Eng. Selaku Rektor Universitas Siliwangi.
3. Dr. Ade Komaludin, S.E., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
4. Dr. Apip Supriadi, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi.

5. Dr. Iis Surgawati, Dra., M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi.
6. R. Lucky Radi Rinandiyana, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
7. Gusti Tia Andriani, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
8. Mochammad Soleh Soeaidy, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang selalu memberikan arahan, bimbingan dan masukan dalam proses penyusunan Skripsi dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
9. Andina Eka Mandasari, S.Si., M.M. selaku Dosen Wali dan Pembimbing II Skripsi yang selalu memberikan nasehat, bimbingan, arahan dan masukan selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi dan dalam proses penyusunan Skripsi dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
10. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi SBAP di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama masa dibangku perkuliahan dan membantu dalam penyelesaian administrasi yang diperlukan oleh penulis selama masa perkuliahan.

11. Teman-teman Mahasiswa/Mahasiswi Jurusan/Program Studi Manajemen dan Konsentrasi Pemasaran Angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan motivasi, bantuan dan berjuang bersama selama menempuh pendidikan di Universitas Siliwangi.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
13. *Maybe not today, maybe not tomorrow, and maybe not the next month, but only one thing is true i will be champion one day. I promise, I promise, I promise!*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dari penulis. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaannya Skripsi ini.

Akhir kalimat penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada pembaca seandainya terdapat kesalahan-kesalahan di dalam Skripsi ini dan penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Tasikmalaya, 20 Agustus 2023

Penulis

Satria Permana
NIM 183402220

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11

2.1.1	<i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.1.1	Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.1.2	Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.1.2	<i>Brand Image</i>	13
2.1.2.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.1.2.2	Indikator <i>Brand Image</i>	14
2.1.3	<i>Brand Preference</i>	16
2.1.3.1	Pengertian <i>Brand Preference</i>	16
2.1.3.2	Indikator <i>Brand Preference</i>	18
2.1.4	Penelitian Terdahulu	18
2.2	Kerangka Pemikiran	23
2.3	Hipotesis	27
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		28
3.1	Objek Penelitian	28
3.2	Metode Penelitian.....	28
3.2.1	Jenis Peneltian.....	28
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	28
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.2.3.2	Populasi Sasaran	32
3.2.3.3	Penentuan Sampel.....	32
3.2.3.4	Teknik Sampling.....	32
3.2.4	Metode Pengumpulan Data	33

3.2.5	Model Penelitian	34
3.2.6	Teknik Analisis Data	35
3.2.6.1	Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	35
3.2.6.2	Pengembangan Model Berbasis Teori	35
3.2.6.3	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	36
3.2.6.4	Konversi <i>Path</i> ke Dalam Persamaan	37
3.2.6.5	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	39
3.2.6.6	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	39
3.2.6.7	Evaluasi Asumsi SEM	40
3.2.6.8	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	42
3.2.6.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.2.6.10	Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis	45
3.2.6.11	Interpretasi dan Modifikasi Model	46
3.2.6.12	Hipotesis Statistika	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	48
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	52
4.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	53
4.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i>	56

4.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Preference</i>	59
4.1.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	61
4.1.3.1	Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	62
4.1.3.1.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	62
4.1.3.1.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	64
4.1.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	67
4.1.3.2.1	Uji Normalitas	67
4.1.3.2.2	Uji Sampel	68
4.1.3.2.3	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	68
4.1.3.2.4	Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	69
4.1.3.2.5	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas	69
4.1.3.2.6	Data Interval.....	70
4.1.3.3	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	70
4.1.3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.1.3.4.1	Uji Validitas.....	72
4.1.3.4.2	Uji Reliabilitas	74
4.1.3.5	Pengujian Hipotesis	76
4.1.3.6	Interpretasi dan Modifikasi Model	79
4.2	Pembahasan	80
4.2.1	<i>Electronic Word Of Mouth, Brand Image</i> dan <i>Brand Preference</i> pada pengguna <i>smartphone</i> merek Xiaomi.....	80
4.2.2	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	82
4.2.3	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap <i>Brand Preference</i> .	84

4.2.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Preference</i>	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		99

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2. 1	Penelitian Terdahulu.....	19
3. 1	Operasional Variabel.....	29
3. 2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	36
3. 3	Model Persamaan Struktural	38
3. 4	Model Pengukuran.....	39
3. 5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-Fit-Index</i>).....	44
4. 1	Analisis Statistik <i>Electronic word of mouth</i>	54
4. 2	Analisis Statistik <i>Brand Image</i>	57
4. 3	Analisis Statistik <i>Brand Preference</i>	59
4. 4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	64
4. 5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	66
4. 6	Uji Normalitas	67
4. 7	Uji Full Model <i>Goodnes of Fit</i> SEM.....	71
4. 8	Uji Validitas.....	73
4. 9	Uji Signifikansi Koefisien	76
4. 10	Pengaruh antar Variabel <i>Standardized Regression</i> <i>Weights</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Peningkatan Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2020-2022.....	1
1. 2	Peningkatan dan Penurunan Pangsa Pasar Perusahaan <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi di Indonesia 2021-2022	3
1. 3	3 Perusahaan <i>Smartphone</i> Pemimpin Pangsa Pasar di Indonesia 2022	3
3. 1	Model Penelitian.....	34
3. 2	<i>Path</i> Diagram Penelitian.....	37
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4. 4	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen..	63
4. 5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen .	65
4. 6	Hasil Uji Full Model SEM	71

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	99
2	Kuisisioner Penelitian	100
3	Data Hasil Kuisisioner Penelitian	107
4	Evaluasi Atas Asumsi – Asumsi SEM	111
5	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	116
6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	118
7	<i>Estimate Regression Weights</i>	119
8	Interpretasi dan Modifikasi Model	120
9	Pengujian Variabel Mediasi	120

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Permana
NIM : 183402220
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Siliwangi.

Tasikmalaya, 20 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Satria Permana
NIM 183402220