PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH BRAND TRUST

(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK MC CAFÉ DI SURABAYA)

Diajukan Oleh:

NELLY NOVIARA SARI

NPM: 21420001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

DAMPAK *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN

***DIVERSIFIKASI PRODUK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND TRUST*

(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK MC'CAFE DI SURABAYA)

Diajukan oleh :

Nelly Noviara Sari
NPM : 21420001

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si. **Surabaya, 15 Januari 2025**

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Dr Adrianto Trimarjono, SE., MM. **Surabaya, 15 Januari 2025**

Dipindai dengan CamScanner

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *DIVERSIFIKASI PRODUK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND TRUST*

(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK MC'CAFE DI SURABAYA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NELLY NOVIARA SARI

NPM: 21420001

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama	Anggota Dewan Penguji Lain
Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si.	Hendra Prasetya, S.E., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji Lain

Dr. Dana Aditya, SE., MBA.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratanuntuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Tanggal, 15 Januari 2025

Dr Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Nelly Noviara Sari
NPM	: 21420003
Alamat	: Jl. Dukuh Kupang XVIII No.22H, Kota Surabaya
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Diversifikasi Produk* terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust* (Studi kasus pada konsumen produk Mc Café di Surabaya)"** bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya,.....

Yang Membuat Pernyataan

Nelly Noviara Sari

21420001

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkat, penyertaan, dan kasih-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), dan *Diversifikasi Produk* terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust* (Studi kasus pada konsumen produk Mc Café di Surabaya)"** tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak ketidaksempurnaan dan kekurangan, maka penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah pengetahuan baru. Selama proses penulisan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan kesungguhan hati penulis hendak menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS, selaku Rektor Universita Wijaya Kusuma Surabaya

2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Dipindai dengan CamScanner

3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan, meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec Redy Eko Hari Suprapto, MM., dan Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Dosen wali yang mengarahkan dan membimbing selama awal perkuliahan hingga semester 6.

5. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing hingga saat ini.

6. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Terkhusus Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak bimbingan, ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.

7. Seluruh staf kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.

8. Kedua orang tua yang sangat penulis kasihi (Bapak Supardi dan Ibu Sutami). Terima kasih sudah berusaha untuk memberikan yang terbaik, mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan secara penuh dalam setiap langkah yang penulis jalani.

Dipindai dengan CamScanner

9. Saudara-saudara kandung, ipar dan keponakan-keponakan penulis. Mas Agus, Mas Gofur, Mas Hafid, Mbak Astri, Putri, Dimas, Vina, yang selalu memberikan dukungan dalam segala bentuk.

10. Sahabat-sahabat terdekat penulis (Dwi Rizky, Ineke, Josephine, Arif) yang selalu bersama menemani penulis dalam masa-masa sulit, menjadi pendengar, mendukung dan membantu dalam menyusun skripsi dan seterusnya.

11. Sahabat – sahabat penulis (Dimas Sony, Rizky, Jimly, Zahro) yang telah bersama-bersama dari masa awal perkuliahan hingga sekarang.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, memberikan dukungan dalam berbagai bentuk selama masa perkuliahan hingga keberhasilan penyusunan skripsi ini.

13. Penulis sendiri Nelly Noviara Sari. Terima kasih sudah terus bertahan, tidak menyerah, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetap semangat untuk setiap perjalanan baru yang akan terjadi di masa mendatang, dan selalu melibatkan Allah SWT dalam segala hal.

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

COVER ..... **i**
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
LEMBAR SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
ABSTRAK ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
13.1 Latar Belakang Masalah **1**
13.2 Rumusan Masalah **11**
13.3 Tujuan Penelitian **12**
13.4 Manfaat Penelitian **13**
13.5 Sistematika Skripsi **14**
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Landasan Teori **15**
2.1.1 Perilaku Konsumen 15
2.1.2 Electronic Word Of Mouth (E-EWOM) 16
2.1.3 Diversifikasi Produk 21
2.1.4 Brand Trust 22
2.1.5 Keputusan pembelian 25
2.2 Penelitian Terdahulu **28**
2.3 Pengembangan Hipotesis **31**
2.4 Kerangka Konseptual **36**
BAB III METODE PENELITIAN **38**
3.1 Pendekatan Penelitian **38**
3.2 Populasi dan Sampel **39**

Dipindai dengan CamScanner

3.2.1 Populasi 39
3.2.2 Sampel 39
3.3 Identifikasi Variabel 40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 42
3.4.1 Definisi Operasional 42
3.4.2 Pengukuran Variabel 43
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian 45
3.5.1 Jenis Data 45
3.5.2 Sumber Data 46
3.6 Prosedur Pengumpulan Data 46
3.7 Teknik Analisis Data 47
3.7.1 Model Pengukuran (Outer Model) 48
3.7.2 Model Struktural (Inner Model) 50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55
4.1 Hasil Penelitian 55
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 55
4.1.2 Analisis Data Responden 59
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian 61
4.2 Hasil Analisis Data dan Pengujiian Hipotesis 65
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 65
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) 69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 77
5.1 Simpulan Penelitian 77
5.2 Keterbatasan Penelitian 78
5.3 Saran Penelitian 78
DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN 1 (KUISONER) 86
LAMPIRAN 2 (OLAH DATA) 92

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo McCafe.....56

Gambar 4. 2 Produk-Produk McCafe.....58

Gambar 4. 3 Jenis Kelamin Responden.....59

Gambar 4. 4 Usia Responden.....60

Gambar 4. 5 Hasil Model Penelitian 72

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 28

Tabel 3.1 Kriteria Model Fit dan Quality Indices WarpPLS 51

Tabel 4.1 Kategori Skala Skor Empirik Variabel 61

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Electronic Word of Mouth (X1) 62

Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Diversifikasi Produk (X2) 62

Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Brand Trust (Z) 63

Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y) 64

Tabel 4.6 Nilai Loading Factor 65

Tabel 4.7 Nilai AVE (Average Variance Extracted) 66

Tabel 4.8 Nilai Cross Loadings 67

Tabel 4.9 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha 68

Tabel 4.10 Hasil Uji Goodness Of Fit Model 69

Tabel 4.11 Hasil Uji Coefficient of Determination (R2) 70

Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (Direct Effect dan Indirect Effect) 72

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap *Brand Trust*, *Diversifikasi Produk* terhadap *Brand Trust*, *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian, *Diversifikasi Produk* terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust*, *Diversifikasi Produk* terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust* pada konsumen produk Mc Café di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen prodyuk Mc Café yang berdomisili di Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 180 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah Sem-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Trust*, *Diversifikasi Produk* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Trust*, *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Diversifikasi Produk* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust*. Terakhir *Diversifikasi Produk* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust*.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Diversifikasi Produk*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Brand Trust, Product Diversification on Brand Trust, Brand Trust on Purchasing Decisions, Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchasing Decisions, Product Diversification on Purchasing Decisions, Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchasing Decisions mediated by Brand Trust, Product Diversification on Purchasing Decisions mediated by Brand Trust on Mc Café product consumers in Surabaya. The population in this study were Mc Café product consumers who live in Surabaya. The sampling method used in this study used the purposive sampling technique. The number of samples used in this study was 180 people. The data analysis method used was Sem-PLS. The results of this study indicate that Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a significant effect on Brand Trust, Product Diversification has a significant effect on Brand Trust, Brand Trust has a significant effect on Purchasing Decisions, Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a significant effect on Purchasing Decisions, Product Diversification does not have a significant effect on Purchasing Decisions, Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a significant effect on Purchasing Decisions mediated by Brand Trust. Finally, Product Diversification has a significant effect on Purchasing Decisions mediated by Brand Trust.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Product Diversification, Brand Trust, Purchasing Decisions

Dipindai dengan CamScanner