

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND AWARENNES*, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Konsumen produk *Liquid Foom* Di Kota Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

IRFAN ALIP EFFENDI

NPM 22420060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND TRUST, DAN BRAND
AWARENNES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen *Liquid Foom* Di Kota Surabaya)**

Diajukan Oleh :

IRFAN ALIP EFFENDI

NPM : 22420060


TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Lestari, SE., MM.

Tanggal, 28 Januari 2026

KETUA PROGRAM STUDI


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.

Tanggal, 28 Jan' 26.

SKRIPSI
PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND TRUST, DAN BRAND
AWARENNES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen produk *Liquid Foom* Di Kota Surabaya)

Diajukan Oleh :

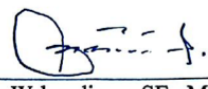
IRFAN ALIP EFFENDI

NPM : 22420060

Pembimbing Utama


Lestari S.E., MM.

Ketua Penguji



Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM.

Anggota Penguji


Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Tanggal, 28 Juli 2026

Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama : Irfan Alip Effendi
NPM : 22420060
Alamat : Jl. Banyu Urip Kidul Molin 2b, No 25
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Trust*, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Liquid FOOM di Kota Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

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

Surabaya, *23 Januari 2026*

Yang membuat pernyataan



Irfan Alip Effendi

22420060

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND AWARENNES* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIQUID FOOM*”. Skripsi ini Disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam kesempatan Ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak pihak yang telah banyak Membantu arahan, do'a, serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan

Skripsi ini antara lain:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran, rahmat, Ridho dan kasih sayang-Nya yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM. CRA. selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kususma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kususma Surabaya.
5. Bapak Lestari, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia Menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing,

Serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi dengan baik.

6. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.AK. selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan Bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam Menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama Di kampus.
8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua, mama tercinta Lukis Wati, Kris Efendi, kedua Adik Saya Nikita Nur Aisyah, dan Aprilia Dara Puspita, serta keluarga dirumah yang Senantiasa mau mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan doa dan Dukungan penuh sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
10. Untuk keluarga besar UKM karawitan Tari Kusuma Laras Ati dan PSHT yang sudah memberikan dukungan penuh, pembelajaran di setiap Langkah yang selalu diingat oleh penulis.
11. Untuk Dea Magesta Erica Putri yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, doa, serta kesabaran dalam mendampingi penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Keluarga besar Omah Budaya Prajanara, khususnya bapak Deddy Mulyantoro, dan bapak Iwan Raditya Kidung Kelana, yang sudah mendidik, menemani,

memberi ilmu, motivasi, dukungan, semangat, doa, serta kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini,

13. Ibu Puti Guntur Soekarno, S.I.P. yang telah memberikan pijakan semangat dalam pendidikan berkebudayaan, motivasi dan dukungan kuat bagi penulis,

14. Bapak Aliyuddin, yang senantiasa memberi doa, dukungan, dan semangat,

15. Sahabat terdekat – terdekat penulis, Vinda Arini, Aprilia Maulidanty, Diinar Nafi, Pinky Dwi, dan juga teman – teman lainnya yang sudah memberikan semangat, kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Rekan-rekan seangkatan 2022 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan Kenangan dan bantuan selama masa kuliah. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi penyajian maupun analisis.

Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi perbaikan dan penyempurnaan makalah ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 3 Januari 2026

Irfan Alip Effendi

22420060

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Word of Mouth, brand Trust, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian produk Liquid FOOM di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 100 konsumen yang pernah menggunakan Liquid FOOM, dengan Teknik *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rekomendasi dari lingkungan sekitar, kepercayaan terhadap merek, serta tingkat pengenalan merek berperan dalam membentuk Keputusan Pembelian konsumen. Kombinasi ketiga faktor tersebut mendorong konsumen untuk memilih dan melakukan pembelian ulang Liquid FOOM di Tengah persaingan produk Liquid Vape yang semakin ketat.

Kata Kunci : Word of Mouth, brand Trust, Brand Awareness, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This Study aims to examine the influence of Word of Mouth, Brand Trust, and Brand Awareness on purchasing decisions of liquid FOOM products in Surabaya. The research employed a quantitative approach using a survey method with questionnaires distributed to 100 consumers who had used Liquid FOOM, selected through purposive sampling. The results indicate that recommendations from the surrounding environment, trust in the brand, and brand recognition play an important role in shaping consumer purchasing decisions. The combination of these factors encourages consumers to choose and repurchase Liquid FOOM amid the increasing competition in the vape liquid market

Keyword : Word of Mouth, Brand Trust, Brand Awareness, and Purchasing Decision

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	12
2.1.4 Pengertian <i>Brand Trust</i>	15
2.1.5 Pengertian <i>Brand awarennes</i>	18
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Hubungan antar variabel <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2 Hubungan antar variabel <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.3 Hubungan antar variabel <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	27
2.4 Hipotesis dan Model Analisis.....	31
2.4.1 Hipotesis.....	31
2.4.2 Model Analisis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Identifikasi Variabel.....	34
3.4 Definisi operasional variabel.....	34
3.4.1 Definisi operasional variabel Word Of Mouth (X1).....	35
3.4.2 Definisi Operasional Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	36
3.4.3 Definisi Operasional Variabel <i>Brand Awareness</i> (X3).....	38
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5.1 Jenis Data.....	41
3.5.2 Sumber Data.....	41
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	44
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.1 Uji Normalitas.....	45
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.9 Uji Hipotesis.....	46
3.9.1 Uji Persial (uji T).....	46
3.8.2 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48

4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Profil <i>Liquid</i> FOOM.....	48
4.1.2 Jenis dan Varian <i>Liquid</i> FOOM.....	49
4.1.3 Visi dan Misi <i>Liquid</i> FOOM.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.3 Hasil Analisis Data.....	59
4.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	59
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	68
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Awarennes</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Liquid</i> FOOM di Kota Surabaya.....	70
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Liquid</i> FOOM di Kota Surabaya.....	71
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Awarennes</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Liquid</i> FOOM di Kota Surabaya.....	71
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
5.3 Keterbatasan.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Indikator-Indikator <i>Word of Mouth</i> (X1).....	35
Tabel 3. 2 Indikator-Indikator <i>Brand Trust</i> (X2).....	36
Tabel 3. 3 Indikator-Indikator <i>Brand Awarennes</i> (X3).....	37
Tabel 3. 4 Indikator-Indikator Keputusan pembelian (Y).....	39
Tabel 3. 5 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Karaktersistik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 4. 4 kategori Masing-Masing Variabel.....	54
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terkait <i>Word Of Mouth</i> (X1).....	54
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terkait <i>Brand Trust</i> (X2).....	55
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terkait <i>Brand Awarennes</i> (X3).....	57
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terkait Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji R.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 <i>Red Apple</i>	48
Gambar 4. 2 <i>Icy Watermelon</i>	49
Gambar 4. 3 <i>Bluberry Cheese Ice Cream</i>	50
Gambar 4. 4 <i>Icy Mango</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	78
LAMPIRAN II DATA TABULASI.....	83
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA SPSS.....	93