

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RICHEESE FACTORY OUTLET MADIUN**

SKRIPSI



OLEH :

EUNIKE CHRISTIN PAULINA

3903021009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2025**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RICHEESE FACTORY
OUTLET MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun)

OLEH:

EUNIKE CHRISTIN PAULINA

3903021009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

(KAMPUS KOTA MADIUN)

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RICHEESE FACTORY
OUTLET MADIUN**

Oleh:

EUNIKE CHRISTIN PAULINA

3903021009

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing skripsi Program
Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
(Kampus Kota Madiun)

Dosen Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN. 0713126601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Eunike Christin Paulina NRP. 3903021009

Telah diuji pada tanggal 09 Juni 2025 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Ardianus Laurens Paulus, SE., M.Sc.

NIDN. 0721048301

Mengetahui

Dekan,



Dr. Hendra Wijaya, S. Akt., M.M., CPMA

NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi Manajemen,



Ardianus Laurens Paulus, SE., M.Sc.

NIDN. 0721048301

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Eunike Christin Paulina

Nrp : 3903021009

Judul Skripsi : Pengaruh *word of mouth* dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Outlet Madiun

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 22 Mei 2025

Yang menyatakan



(Eunike Christin Paulina)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan, semangat, motivasi, dan kemudahan untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Outlet Madiun**. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat sebagai tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun) Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesaikan skripsi ini berkat bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Olehnya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua yang terkasih, Papa Yusak Suparno, Mama Magdalena Siswanti, yang senantiasa mendoakan, memberi semangat, kasih sayang dan perhatian, terimakasih untuk segala perjuangan yang penuh dengan keringat dan air mata untuk membiayai kuliah saya hingga lulus dan mendapat gelar sarjana. Semoga mama dan papa selalu sehat, panjang umur dan bahagia.
2. Kakak tersayang, Yokhebed Paulin Kristina yang selalu mendukung, menjaga, menemani setiap proses dalam hidup saya dan memberi motivasi agar saya tidak menyerah, selalu meyakinkan saya bahwa saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan dapat lulus tepat waktu.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis (Kampus Kota Madiun) Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, sekaligus wali studi, dan dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, nasihat, dan motivasi untuk proses penyusunan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu dan nasihat selama menempuh kuliah

5. Rizky Wiku, teman sewaktu saya dulu bekerja di konter hp yang sudah saya anggap lebih dari seorang teman tetapi sebagai seorang kakak yang selalu memberikan semangat, menghibur ketika sedang sedih/lelah dan selalu menemani adiknya saat penyusunan skripsi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
 6. Sahabat saya Annisa Nur Afifah, serta teman teman seperjuangan angkatan 2021 yang selalu mendukung dan terus memberikan semangat kepada saya selama proses penyusunan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
 7. Semua pihak yang telah terlibat untuk memperlancar dan membantu proses penelitian mulai dari awal hingga berakhirnya penyusunan skripsi
- Penulis menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Olehnya, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan pada pengembangan penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam penyempurnaan penelitian selanjutnya, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Madiun, 22 Mei 2025

Penulis



Eunike Christin Paulina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACK.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB 2.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 perilaku konsumen	6
2.1.2 keputusan pembelian	7
2.1.3 <i>word of mouth</i>	10
2.1.4 merek	14
2.1.5 kesadaran merek (Brand awareness)	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18

2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian.....	20
2.3.2 pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian	20
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.5 Kerangka Hipotesis	22
BAB 3.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 indentifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel	23
3.2.1 identifikasi variabel penelitian	23
3.2.2 definisi operasional variabel dan pengukuran variabel	24
3.3 jenis dan sumber data	26
3.3.1 jenis data.....	26
3.3.2 sumber data	27
3.4 metode pengumpulan data.....	27
3.4.1 metode pengumpulan data primer.....	27
3.5 populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel	28
3.6 teknik analisis data	29
3.6.1 statistik deskriptif.....	29
3.6.2 uji kualitas data.....	30
3.6.3 uji asumsi klasik.....	30
3.6.4 analisis regresi berganda	32
3.6.5 uji koefisien determinan (R^2)	32
3.6.6 uji regresi berganda (Uji t).....	33
BAB 4.....	34
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 GAMBARAN UMUM Objek Penelitian	34
4.2 Deskripsi Data	34
4.2.1 Karakteristik responden.....	34
4.2.2 tanggapan responden.....	37

4.3 Uji Kualitas Data	41
4.3.1 uji validitas	42
4.3.2 uji reliabilitas	43
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1 uji normalitas	43
4.4.2 uji multikolinearitas	44
4.4.3 uji heteroskedastisitas	44
4.4.4 analisis regresi linier berganda	45
4.4.5 uji hipotesis	46
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.5.1 pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian	47
4.5.2 pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian	48
BAB 5	50
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Keterbatasan	50
5.3 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	19
Tabel 3.1 Indikator variabel <i>word of mouth</i>	24
Tabel 3.2 Indikator variabel kesadaran merek	25
Tabel 3.3 Indikator keputusan pembelian	26
Tabel 3.4 Skala penelitian kuesioner	28
Tabel 3.5 Interval rentang skala	30
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan domisili	35
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	36
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian	36
Tabel 4.5 Interval rentang skala	37
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel <i>word of mouth</i>	37
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap variabel kesadaran merek	38
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian	40
Tabel 4.9 Hasil uji validitas data	42
Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas	43
Tabel 4.11 Uji normalitas metode kolmogorov-smirnov	43
Tabel 4.12 Hasil uji multikolinearitas	44
Tabel 4.13 Uji regresi linier berganda	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram penjualan richeese factory 2023	1
Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian.....	8
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	22
Gambar 3.1 Daerah penolakan dan penerimaan hipotesis.....	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	44
Gambar 4.2 Uji t pengaruh variabel <i>word of mouth</i> dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.....	46
Gambar 4.3 Uji t pengaruh variabel kesadaran merek terhadap keputusan pembelian	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 2 : Uji Karakteristik Responden.....	62
Lampiran 3 : Uji Deskripsi Variabel	64
Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas	73
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik.....	78
Lampiran 6 : Tabel r.....	80
Lampiran 7 : Tabel t.....	83

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *word of mouth* dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian *Richeese Factory Outlet* Madiun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen *Richeese Factory Outlet* Madiun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan *google form* ke *Richeese Factory Outlet* Madiun. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* dan kesadaran merek secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai R^2 yang diperoleh yaitu sebesar 0,661 atau 66,1%. Artinya bahwa 66,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh *word of mouth* dan kesadaran merek dan sisanya 33,9% dari variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of word of mouth and brand awareness on purchasing decisions at Richeese Factory Outlet Madiun. The sample used in this study was 100 respondents who were consumers of Richeese Factory Outlet Madiun. The sampling technique used purposive sampling. Data collection was carried out directly to Richeese Factory Outlet Madiun using googleform. The data analysis technique used multiple linear regression tests and hypothesis tests. The results showed that the variables word of mouth and brand awareness partially had a positive and significant effect on purchasing decisions. The R² value obtained was 0.661 or 66.1%. This means that 66.1% of the purchasing decision variables are influenced by word of mouth and brand awareness and the remaining 33.9% from other variables not examined in this study.

Keywords: Word Of Mouth, Brand Awareness, Purchasing Decision