

**PENGARUH CONTENT, E-WOM, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Gemes Juice Sidoarjo Yang
Mengikuti Akun Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo Di
Social Media Instagram)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Oleh:
VICKA BELLA FAHIRA
NPM : 17419198

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI
K E D I R I
2021**

PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri
dan diterima untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana
manajemen pada tanggal 21 Juni 2021

Mengesahkan,
Universitas Kadiri
Fakultas Ekonomi



Tim Penguji:

1. Drs. Gandung Satriyono., ST, MM
NIDN : 0717126302
2. M. Dian Ruhamak, SE, MM
NIDN : 0718119001
3. Drs. Andi Artono, M.M.
NIDN : 0717045701

:
:
:

SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Vicka Bella Fahira

NPM : 17419198

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Content, E-Wom, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Gemes Juice Sidoarjo Yang Mengikuti Akun Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo Di Social Media Instagram)

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan meneirma sanksi yang telah ditetapkan

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, 15 Juni 2021



Vicka Bella Fahira
NPM. 17419198

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karna atas berkat dan rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH CONTENT, E-WOM DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Gemes Juice Sidoarjo Yang Mengikuti Akun Food Reviewer Gallery Kuliner Sidoarjo Di Social Media Instagram)”** sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Tujuan penulisan proposal penelitian yang dilakukan oleh penulis ini ialah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak sebagai bentuk apresiasi yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga Skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Dr. Nur Laely, SE, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang senantiasa memberikan pengarahan dan bimbingan dengan sepenuh hati
2. Drs. Gandung Satriyono, St, MM selaku Dosen pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan dengan tulus dan supportif
3. M. Dian Ruhamak, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan dengan tulus dan supportif
4. Drs. Andi Artono, M.M. selaku Dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun
5. Papa dan mama serta adik-adikku yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan Proposal Penelitian ini

6. Ngranu Squad dan Merajut Asa yang telah mendukung baik secara mental maupun pengetahuan sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan
7. Gallery Kuliner Sidoarjo dan Gemes Juice Sidoarjo yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan membantu proses pengerjaan skripsi ini sehingga berjalan dengan baik
8. Anak BEMFE angkatan 2018-2021 terimakasih banyak atas support kalian sangat membuatku bersemangat sekali
9. Teman-temanku satu bimbingan skripsi dan juga teman-teman seperjuangan satu angkatan

Penulis telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, namun penulis tetap menyadari bahwa proposal penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karenanya, kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat dibutuhkan supaya bisa menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini akan berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dan membutuhkan.

Sidoarjo, 21 Juli 2021

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Pembatasan Masalah	11
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.2. Pemasaran di Media Sosial	18
2.2.3. Instagram.....	19
2.2.4. Konten Instagram.....	23
2.2.5. E-WOM.....	24
2.2.6. Brand Image	25
2.2.7. Minat Beli.....	27
2.3. Kerangka Berpikir	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Lokasi dan Periode Penelitian	30
3.3. Populasi Dan Sampel.....	30
3.4. Sumber Data	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data.....	33

3.5.2	Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas Data	35
3.6.	Definisi Operasional Variabel	37
3.7.	Metode Analisis Data	38
3.8.	Uji Hipotesis	39
3.8.1.	Uji Hipotesis (Uji t).....	39
3.8.2.	Uji Kelayakan Model (Uji F)	40
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	48
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Content (X1).....	48
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel E-WOM (X2).....	52
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Image (X3).....	57
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	63
4.4	Analisis Data	68
4.4.1	Analisis Regresi Berganda	68
4.4.2	Uji Instrumen Penelitian Validitas	70
4.4.3	Uji Realibilitas Data	72
4.5	Pengujian Hipotesis	74
4.5.1	Uji Hipotesis (Uji T).....	74
4.5.2	Uji Kelayakan Model (UJI F).....	75
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.6	Pembahasan	77
4.6.1.	Pengaruh Content terhadap Minat Beli	77
4.6.2.	Pengaruh E-WOM terhadap Minat Beli.....	78
4.6.3.	Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1.	Kesimpulan.....	79
5.2.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Jenis Jasa Gallery Kuliner Sidoarjo di Instagram	42
Tabel 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4. 3 Data usia responden	46
Tabel 4. 4 Data Domisili Responden	46
Tabel 4. 5 Data Aktivitas Responden Di Internet	47
Tabel 4. 6 Data Banyaknya Aktivitas Responden Di Internet	47
Tabel 4. 7 Situs/aplikasi Yang Paling Sering Dibuka Responden	48
Tabel 4. 8 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Konten Foto (X1.1)	48
Tabel 4. 9 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Konten Foto (X1.2)	49
Tabel 4. 10 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Konten Video (X1.3)	49
Tabel 4. 11 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Konten Video (X1.4)	50
Tabel 4. 12 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Caption (X1.5)	51
Tabel 4. 13 Analisis Jawaban Responden Variabel Konten : Indikator Caption (X1.6)	51
Tabel 4. 14 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Intensity (X2.1)	52
Tabel 4. 15 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Intensity (X2.2)	53
Tabel 4. 16 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Intensity (X2.3)	54
Tabel 4. 17 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Valence of Opinion (X2.4)	54
Tabel 4. 18 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Valence of Opinion (X2.5)	55
Tabel 4. 19 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Content (X2.6)	56
Tabel 4. 20 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Content (X2.7)	56
Tabel 4. 21 Analisis Jawaban Responden Variabel E-WOM : Indikator Content (X2.8)	57
Tabel 4. 22 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Corporate Image (X3.1)	58
Tabel 4. 23 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Corporate Image (X3.2)	58
Tabel 4. 24 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Corporate Image (X3.3)	59

Tabel 4. 25 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Corporate Image (X3.4)	60
Tabel 4. 26 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Product Image (X3.5).....	60
Tabel 4. 27 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Product Image (X3.6).....	61
Tabel 4. 28 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator Product Image (X3.7).....	62
Tabel 4. 29 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator User Image (X3.8)	62
Tabel 4. 30 Analisis Jawaban Responden Variabel Brand Image : Indikator User Image (X3.9)	63
Tabel 4. 31 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Eksploratif (Y.1)	64
Tabel 4. 32 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Eksploratif (Y.2)	64
Tabel 4. 33 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Transaksional (Y.3).....	65
Tabel 4. 34 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Referensial (Y.4)	65
Tabel 4. 35 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Referensial (Y.5).....	66
Tabel 4. 36 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Preferensial (Y.6)	67
Tabel 4. 37 Analisis Jawaban Responden Variabel Minat beli : Indikator Minat Preferensial (Y.7).....	67
Tabel 4. 38 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4. 39 Uji Validitas Variabel Content (X1)	70
Tabel 4. 40 Uji Validitas Variabel E-WOM (X2).....	71
Tabel 4. 41 Uji Validitas Variabel Brand Image (X3).....	71
Tabel 4. 42 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	72
Tabel 4. 43 Hasil Uji Realibilitas Variabel Content (X1)	73
Tabel 4. 44 Hasil Uji Realibilitas Variabel E-WOM (X2).....	73
Tabel 4. 45 Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Image (X3).....	73
Tabel 4. 46 Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat Beli (Y)	73
Tabel 4. 47 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	74
Tabel 4. 48 Hasil Uji Kelayakan Model (UJI F)	76
Tabel 4. 49 Hasil Uji determinasi (R2)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Telepon, Internet, Media Sosial Indonesia (Sumber : We Are Social, Jan 2019).....	3
Gambar 1. 2 Pengguna Instagram di Indonesia 2019	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4. 2 Postingan Gallery Kuliner Sidoarjo	41
Gambar 4. 1 Akun instagram Gallery Kuliner Sidoarjo	41
Gambar 4. 3 Salah Satu Konten Foto di Akun Instagram Gallery Kuliner Sidoarjo	43
Gambar 4. 4 Salah Satu Konten Video di akun instagram Gallery Kuliner Sidoarjo	43
Gambar 4. 5 Salah satu caption akun Gallery Kuliner Sidoarjo saat me-review..	43
Gambar 4. 7 Postingan Akun Instagram Gemes Juice Sidoarjo gemesdeh	44
Gambar 4. 6 Akun Instagram Gemes Juice Sidoarjo gemesdeh	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	KUESIONER PENELITIAN.....	86
Lampiran 2	HASIL JAWABAN RESPONDEN.....	92
Lampiran 3	HASIL ANALISIS DATA DENGAN SPSS	101
Lampiran 4	LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI	103
Lampiran 5	BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	106
Lampiran 6	LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL	108
Lampiran 7	LAPORAN PLAGIASI	109
Lampiran 8	HALAMAN RIWAYAT HIDUP	110