

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN E-WOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOTE BAG PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

ELDANA AMBALIKA
NBI: 1212100252

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN E-WOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOTERAG PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



oleh:

Eldana Ambalika

NBI: 1212100252

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN E-WOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOTE BAG PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan
Gelar Sarjana Strata - 1 Ekonomi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Diajukan Oleh :
Eldana Ambalika
NBI : 1212100233

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

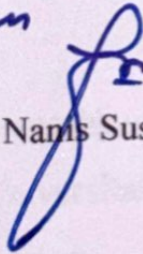
Nama Lengkap : Eldana Ambalika
NIM : 1212100252
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Brand Image, dan E-WOM
Terhadap Keputusan Pembelian Totebag pada
Mahasiswa Univeristas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 5 Desember 2024

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,

an

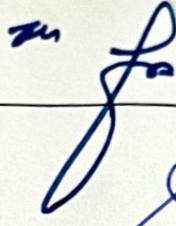
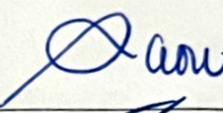
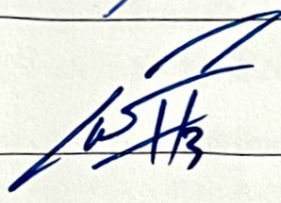


Dr. Nanis Susanti, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 13 Desember 2024

TIM PENGUJI:

- | | | |
|--|-----------|---|
| 1. Dr. Nanis Susanti,MM | -Ketua |  |
| 2 Dra. Ratnaningsih SY ,
MM | - Anggota |  |
| 3. Dr. A. Yanu Alif Fianto,
ST.,MBA | - Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,


Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak.,CA.CTA
NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

- | | | | |
|---|--------------------|---|---|
| 1 | Nama Lengkap (KTP) | : | Eldana Ambalika |
| 2 | NBI | : | 1212100252 |
| 3 | Fakultas | : | Ekonomi dan Bisnis |
| 4 | Program Studi | : | Manajemen |
| 5 | NIK (KTP) | : | 3516064803040001 |
| 6 | Alamat Rumah (KTP) | : | Dakon Watukenongo RT/RW : 001/006
Kec.Pungging Kab.Mojokerto |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOTE BAG PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyandur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya,.....,2025



(Eldana Ambalika)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Eldana Ambalika
NBI : 1212100252
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOTE BAG PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 30 Januari 2025

Yang Menyatakan,



ELDANA AMBALIKA

KATA PENGANTAR

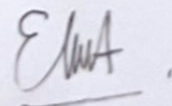
Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Nanis Susanti, MM., selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan dalam membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh dosen dan staf karyawan tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

6. Terima kasih saya ucapkan sebesar-besarnya kepada orang tua saya, Bapak Wibowo dan Ibu Maisaroh yang selalu mendampingi, mendoakan, dan memberikan semangat yang luar biasa serta memberi dukungan moril maupun materi hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas pengorbanan, kesabaran, dan motivasi yang telah diberika, sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
7. Dengan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada adik saya Enjelia, kucing kesayangan saya Milo, dan seluruh keluarga besar Jali Wijono yang selalu memberi dukungan, hiburan dan kebahagiaan dalam setiap langkah saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Salahudin Rahmad Akbar yang selalu mendampingi penulis. Terimakasih atas dukungan, motivasi, serta selalu menjadi pendengar keluh kesah yang baik bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat terbaikku yang selalu membantu dan menemani penulis Moza Rafadila dan Tri Ayu Maulani. Terimakasih telah menemani proses saya, memberi dukungan, motivasi, dan atas kerjasamanya dalam pengerjaan skripsi ini hingga akhir, semoga pertemanan ini senantiasa tidak akan berakhir.
10. Kepada teman teman penulis, Anjel, Septia, dan Puput. Terimakasih juga kalian sudah memberikan semangat, motivasi yang tidak kalah penting.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persat, yang memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dapat membangun sangat diharapkan. Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, 5 Desember 2024



Eldana Ambalika

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of promotion, brand image, and electronic word of mouth (E-WOM) on purchase decisions for tote bag products among students at Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. The research employs a quantitative approach with data collection conducted through questionnaires distributed to 100 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests to analyze the relationships between variables.

The results show that promotion, brand image, and E-WOM simultaneously have a significant effect on purchase decisions. Partially, promotion positively impacts purchase decisions, as do brand image and E-WOM. Among the variables, brand image has the most substantial influence. This study is expected to provide both theoretical and practical contributions, particularly in developing marketing strategies to enhance purchase decisions among university student.

Keywords: *Promotion, Brand Image, E-WOM, And Customer Decisions*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran	5
2.1.2 Perilaku Konsumen	5
2.1.3 Promosi	6
2.1.3.1 Definisi Promosi	6
2.1.3.2 Tujuan Promosi	6
2.1.3.3 Indikator Promosi	7
2.1.4 Brand Image (Citra Merek)	7
2.1.4.1 Definisi Brand Image (Citra Merk)	7
2.1.4.2 Faktor Brand Image (Citra Merek)	8

2.1.4.3 Indikator dan Dimensi Brand Image (citra Merek).....	8
2.1.5 Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	9
2.1.5.1 Definisi Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	9
2.1.5.2 Faktor Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	10
2.1.5.3 Indikator Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	10
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.6.1 Definisi Keputusan Pembelian	11
2.1.6.2 Faktor Keputusan Pembelian.....	11
2.1.6.3 Indikator dan dimensi Keputusan Pembelian	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.3 Hubungan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.4 Kerangka Konseptual.....	18
2.5 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Tempat dan waktu	21
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber data	22
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.4.1 Populasi Penelitian.....	22
3.4.2 Sampel Penelitian.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Definisi Variabel dan Definisi operasional Variabel.....	23

3.6.1 Definisi Variabel	23
3.6.2 Definisi Operasional.....	24
3.6.3 Skala Pengukuran Instrumen	24
3.7 Proses Pengolahan Data	25
3.8 Metode Analisis Data	26
3.8.1 Uji Validitas.....	26
3.8.2 Uji Reabilitas	27
3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda	27
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	29
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	29
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Tas	31
4.1.2 Tas Totebag	31
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	31
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	31
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Semester	32
4.2.3 Deskriptif Variabel.....	33
4.2.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X1)	33
4.2.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	34
4.2.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X3).....	35
4.2.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
4.3 Uji Instrumen.....	37
4.3.1 Uji Validitas.....	37
4.3.2 Uji Reabilitas	38

4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	38
4.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Uji Normalistik	40
4.4.2 Uji Heteroskedastitas.....	40
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	41
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	42
4.5 Pengujian Hipotesis	42
4.5.1 Uji Hipotesis (Uji T)	42
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	43
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	44
4.6.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.6.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	45
4.6.3 Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.4 Pengaruh Promosi, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan pembelian	45
4.7 Implikasi Penelitian	46
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	46
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategori skala likert	25
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Fakultas	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Semester.....	32
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X1)	33
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	34
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel E-WOM (X3).....	35
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	36
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas.....	38
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan totebag pada Mahasiswa	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroeskedastitas Sumber:	41
Lampiran 1 Uji Regresi	73
Lampiran 2 Analisis Karakteristik Korporasi	74
Lampiran 3 Analisis Tambak	75
Lampiran 4 Kurva Garis	76
Lampiran 5 Uji Hipotesis	79
Lampiran 6 Hasil Terapan	81
Lampiran 7 Lembar Kerja	82
Lampiran 8 Lembar Kerja	83
Lampiran 9 Lembar Kerja	84
Lampiran 10 Lembar Kerja	85
Lampiran 11 Lembar Kerja	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2 Tabulasi Data	57
Lampiran 3 Uji Validitas.....	72
Lampiran 4 Uji Reabilitas	73
Lampiran 5 Analisis Karakteristik Responden.....	74
Lampiran 6 Analisis Variabel.....	75
Lampiran 7 Asumsi Klasik.....	77
Lampiran 8 Uji Hipotesis	79
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	80
Lampiran 10 Loa.....	82
Lampiran 11 Kartu Bimbingan.....	83