

SKRIPSI

**PENGARUH EWOM, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN DHARMAWAN

NPM : 115160178

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

SKRIPSI

**PENGARUH EWOM, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN DHARMAWAN

NPM : 115160178

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN DHARMAWAN
NPM : 115160178
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EWOM, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA

Jakarta, 2020

Pembimbing,



(Rodhiah Dra., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

Nama : Kevin Dharmawan

NIM : 11516178

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

**PENGARUH EWOM, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA**

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Andi Wijaya, SE., MM
2. Anggota : Dra. Rodhiah, MM
: Dr. Cokki, SE., MM

Jakarta, 8 Juli 2020

Pembimbing



(Rodhiah Dra., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

- (A) KEVIN DHARMAWAN (115160178)
- (B) PENGARUH EWOM, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA
- (C) xv + 80 Halaman, 2020, tabel 20, gambar 8, lampiran 5
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN

Abstrak: *The purpose of this study was to determine the effect of eWOM, brand image, brand trust in buying interest of Mazda 2 cars in Jakarta. The research design used in this study is a quantitative method with a descriptive approach. Sampling was carried out using a non-probability sampling method with a purposive sampling approach. Researched as many as 154 respondents who know / know Mazda products in Jakarta. Data collection is done by distributing questionnaires online (google-form). The analysis used is structural equation modeling (SEM) using SmartPLS 3 as a tool for analyzing data. The results showed that eWOM, brand image and brand trust can positively influence buying interest. This Research can be used as input for Mazda companies to help them achive better sales.*

- (E) Daftar Pustaka 53 (1991-2019)
- (F) Rodhiah Dra., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

- (G) KEVIN DHARMAWAN (115160178)
(H) PENGARUH EWOM, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOBIL MAZDA 2 DI JAKARTA
(I) xv + 80 Halaman, 2020, tabel 20, gambar 8, lampiran 5
(J) MANAJEMEN PEMASARAN

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh eWOM, citra merek, kepercayaan merek terhadap minat beli mobil Mazda 2 di Jakarta. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. pengambilan sample dilakukan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik pendekatan purposive sampling. Diteliti sebanyak 154 responden yang mengetahui/mengenal produk Mazda di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online (google-form). Analisis yang digunakan adalah structural equation modelling (SEM) dengan menggunakan SmartPLS 3 sebagai alat untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eWOM, citra merek dan kepercayaan merek dapat mempengaruhi minat beli secara positif. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan Mazda untuk membantu mereka meraih penjualan yang lebih baik.

- (K) *Daftar Pustaka* 53 (1991-2019)
(L) Rodhiah Dra., M.M.