

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN GENERASI Y DAN Z PADA PRODUK
MAKANAN KFC DI CITRA GARDEN 6
JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: SELVI

NPM: 115160057

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Selvi
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160057
Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat riset)

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/ komprekensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 07 Juli 2020



Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SELVI
NIM : 115160057
PROGRAM STUDI : SI / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK, E-WOM, DAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GENERASI Y
DAN Z PADA PRODUK MAKANAN KFC DI CITRA
GARDEN 6, JAKARTA BARAT

Jakarta, 07 Juli 2020

Pembimbing



(Prof. Dr . Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Selvi
NIM : 1151603057
Program Studi : SI Manajemen

Judul Skripsi

Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram*, Citra Merek, dan *E-WOM* terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Y dan Z pada Produk Makanan KFC di Citra Garden 6, Jakarta Barat.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 21 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. SARWO EDY HANDOYO, SE., MM
2. Anggota : PROF. DR CARUNIA MULYA FIRDAUSY, M.A.,APU
Dr. COKKI, S.E., M.M.

Jakarta, 21 Juli 2020


(Prof. Dr . Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A.)

ABSTRACT
TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSSINESS
JAKARTA

- (A) SELVI (115160057)
- (B) *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, E-WOM AND SOCIAL MEDIA USAGE TOWARDS PURCHASE INTENTION ON KFC FOOD PRODUCTS AT CITRA GARDEN 6, WEST JAKARTA*
- (C) *XI+73 Pages, 20 Tables, 3 Pictures, 2 Attachment*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The brand value of KFC occupy number three in the world and number two in Indonesia. It means that KFC is quite popular among Indonesian people. This research aims to test whether brand image variable, E-WOM, and social media usage of Instagram have a positive relationship towards purchase intention in generation Y and Z on KFC food products at Citra Garden 6, West Jakarta. This study used 100 samples with a convenience sampling method. Data retrieval techniques are performed using questionnaires and analyzed using PLS-SEM. The results showed indicate brand image variable and social media usage had a positive relationship with purchase intention, whereas E-WOM variable had no positive relationship towards purchase intention.*
- (F) *Brand Image, E-WOM, Social Media Usage, Purchase Intention*
- (G) *References 50 (1991-2020)*
- (H) PROF. DR. IR. CARUNIA MULYA FIRDAUSY, M.A.

**ABSTRAK UNIVERSITAS
TARUMANAGARA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

- (A) SELVI (115160057)
- (B) PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM*, DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GENERASI Y DAN Z PADA PRODUK MAKANAN KFC DI CITRA GARDEN 6, JAKARTA BARAT
- (C) XI+73 Halaman, 20 Tabel, 6 Gambar, 2 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Nilai merek KFC menempati posisi nomor tiga di dunia dan nomor dua di Indonesia. Hal ini berarti bahwa KFC cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel citra merek, *E-WOM*, dan penggunaan media sosial *Instagram* memiliki hubungan positif terhadap minat beli konsumen generasi Y dan Z pada produk makanan KFC di Citra Garden 6, Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dengan metode *convenience sampling*. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan *PLS-SEM*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan penggunaan media sosial memiliki hubungan positif dengan minat beli, sedangkan variabel *E-WOM* tidak memiliki hubungan positif terhadap minat beli.
- (F) Citra Merek, *E-WOM* , Penggunaan Media Sosial, Minat Beli
- (G) Daftar Acuan 50 acuan (1991-2020)
- (I) PROF. DR. IR. CARUNIA MULYA FIRDAUSY, M.A.