

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN  
*LIFESTYLE* TERHADAP *BUYING DECISION* HANDPHONE *iPHONE***

**PADA MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2020-2023**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**SKRIPSI**

Nama : Fernanda Krisanti Maharani Putri

N I M : 20415265

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN  
*LIFESTYLE* TERHADAP *BUYING DECISION* *HANDPHONE* *iPHONE*  
MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2020-2023 UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image* Dan *Lifestyle* Terhadap *Buying Decision Handphone iPhone* Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Fernanda Krisanti Maharani Putri

NIM : 20415265

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 5 Agustus 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Eka Destrivanto P. A. S. AB., MM  
NIDN. 0711128404

Ponorogo, 24 Juli 2024  
Pembimbing II



Titis Purwaningrum, SE., M.MA  
NIDN. 0704047001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hatti Sumarsono, SE., M.Si  
19760508 200501 1 002

Dosen Penguji I :



Eka Destrivanto P. A. S. AB., MM  
NIDN. 0711128404

Dosen Penguji II :



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji III :



Diana Pramudya W., SE., MM  
NIDN. 0709048305

## KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya kepada penulis sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth, Brand Image Dan Lifestyle* Terhadap *Buying Decision* Handphone iPhone Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo” dapat terselesaikan dengan baik, meskipun banyak halangan dan rintangan yang penulis. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kesulitan yang dihadapi dalam proses penyusunan skripsi, namun karena bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, skripsi ini dapat terselesaikan, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih dan hormat kepada:

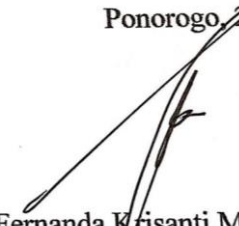
1. Allah SWT, dengan segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Happy Susanto, M.A., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Ibu Eka Destriyanto Pristi A., S. AB., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan teliti dan loyalitas meluangkan waktu ditengah kesibukan untuk membimbing dan memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Titis Purwaningrum, SE., M.MA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan semangat, serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang dapat mendukung penyempurnaan skripsi ini . Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum. Wr.Wb

Ponorogo, 25 Juli 2024

  
Fernanda Krisanti Maharani Putri

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 25 Juli 2024



Fernanda Krisanti Maharani Putri  
NIM 20415265

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-nya serta kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth, Brand Image Dan Lifestyle Terhadap Buying Decision* Handphone iPhone Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo”. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan serta dukungan dari berbagai pihak. Segala perjuangan saya hingga di titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya bertahan hingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Kristiawan Hery Wibowo, terimakasih telah mendidik, memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis, Ibu Nurul Ria Susantiani tersayang, yang tiada henti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana, sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi agar selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Adikku, Bramasta Krisna Mahendra yang selalu membantu serta memberikan dukungan kepada penulis hingga penulis mempunyai semangat menyelesaikan tugas akhir.
3. Nenekku Suyati dan kakekku Nasrudin, yang tidak pernah lupa mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.

4. 20415252 terimakasih selalu membantu dengan sabar, selalu ada menemani penulis di segala kondisi, menjadi tempat keluh kesah yang nyaman, memberi support, mendoakan dan menemani susah senang penulis melalui proses skripsi ini.
5. Sahabatku yang ku anggap adikku sendiri, Rifka Priantika yang selalu ada menjadi tempat cerita yang nyaman, terimakasih sudah searah meskipun tidak sedarah.
6. Sahabatku, Mufti Khaulayya Riza Az Zahrah, Nada Kharisma Dwi Putri, Ferra Nur Anisa Rismawati, Anggie Eka Triansari yang selalu memberikan semangat dan kebersamai dalam setiap keadaan selama perkuliahan hingga tugas akhir ini selesai.
7. Teman seperjuangan, Manajemen D, terimakasih telah memberikan warna dan kebersamaan dalam perkuliahan, sukses selalu.
8. Semua pihak yang terlibat, terimakasih untuk pihak-pihak yang membantu penulis selama penelitian yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
9. Terakhir, kepada diri sendiri, Fernanda Krisanti Maharani Putri, terimakasih sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah bertahan juga menikmati prosesnya tanpa membandingkan dengan yang lain, hingga terselesaikannya tugas akhir ini, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



## MOTTO

*“Never feel left behind, everyone has their own process and sustenance”*

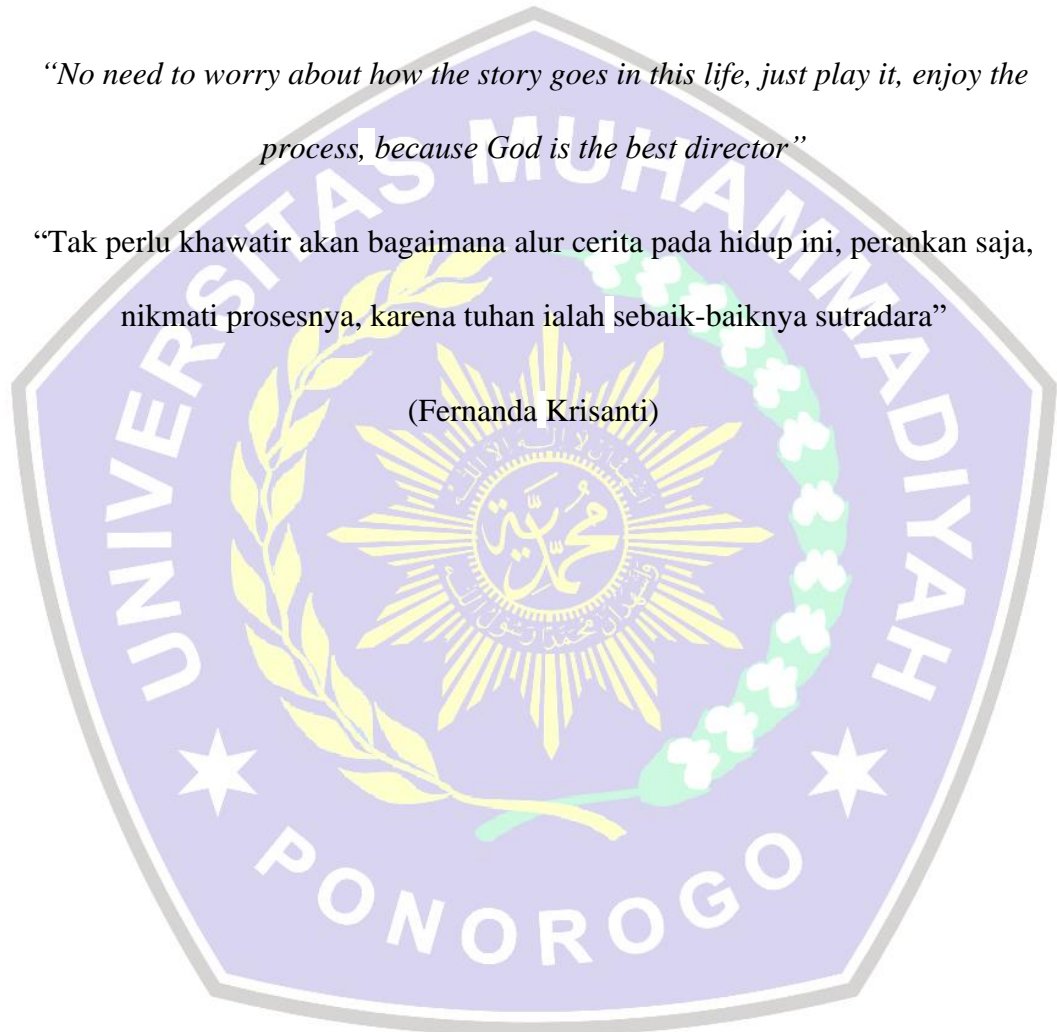
“Jangan pernah merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekiNya masing masing”

(Q.S Maryam : 4)

*“No need to worry about how the story goes in this life, just play it, enjoy the process, because God is the best director”*

“Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada hidup ini, perankan saja, nikmati prosesnya, karena tuhan ialah sebaik-baiknya sutradara”

(Fernanda Krisanti)



## ABSTRAK

Smartphone merupakan alat yang ditemukan oleh manusia dan alat yang sangat bermanfaat. Smartphone adalah alat komunikasi jarak jauh yang sangat banyak diminati dan juga mempunyai manfaat yang sangat inovatif. dibandingkan merek smartphone lain, Apple melihat peningkatan penjualan di Indonesia. Perusahaan Apple Inc. Penelitian ini penting dilakukan karena saat ini terjadi peningkatan dalam pembelian iPhone di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Mereka menggunakan iPhone agar sesuai dengan lingkungan sosialnya, dan mereka biasanya membeli iPhone semata mata hanya untuk mengikuti tren dan gengsi mereka. Jenis penelitian ini kuantitatif, menggunakan *purposive sampling* yaitu *non-probability sampling*, metode pengambilan data menggunakan kuesioner dilengkapi dengan skala likert, metode analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, Uji R, Uji T, Uji F. Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh simpulan yaitu : Variabel *Electronic Word Of Mouth* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Buying Decision* handphone iPhone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Variabel *Brand Image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Buying Decision* handphone iPhone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Variabel *Lifestyle* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Buying Decision* handphone iPhone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Variabel *E-WOM* (X1), *Brand Image* (X2), dan *Lifestyle* (X3) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Buying Decision* (Y) handphone iPhone mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2020-2023 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Berdasarkan hasil Determinasi R Square sebesar 0.710 artinya seluruh variabel pada penelitian ini yaitu (*E-WOM*, *Brand Image*, *Lifestyle*), memiliki kemampuan mempengaruhi variabel independent (*Buying Decision*) sebesar 71,0%, lalu sisanya sebesar 29,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini. Jadi disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain seperti kualitas produk, kepercayaan, harga, *brand awareness*, promosi dan lain-lain.

**Kata kunci :** *Electronic Word of Mouth, Brand Image, Lifestyle, Buying Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	iii
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	40
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.3 Jenis Data Penelitian .....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6 Metode Analisis Data .....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.2 Pembahasan .....	67
BAB V KESIMPULAN .....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Program Studi.....	52
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Angkatan .....	52
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku.....	52
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	53
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel <i>E-WOM</i> .....	54
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	55
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel <i>Lifestyle</i> .....	56
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel <i>Buying Decision</i> .....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas.....	59
Tabel 4. 12 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka konseptual .....	35
Gambar 1.2 Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ .....	63
Gambar 1.3 Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ .....	64
Gambar 1.4 Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ .....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	82
Lampiran 2. Data Responden.....	87
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden .....	92
Lampiran 4. Hasil Rata Rata Jawaban Responden.....	97
Lampiran 5. Hasil Olah Data .....	98
Lampiran 6. Cek Plagiasi .....	102
Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan .....	103
Lampiran 8. Loa Artikel.....	105

