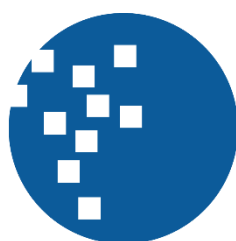


**PENGARUH E-WOM, BRAND IMAGE, PRODUCT FEATURE,  
DAN PRODUCT PRICE TERHADAP PURCHASE INTENTION  
SAMSUNG GALAXY S24 DI INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Derio Aris Wardana**

**0000052614**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PENGARUH E-WOM, BRAND IMAGE, PRODUCT FEATURE,  
DAN PRODUCT PRICE TERHADAP PURCHASE INTENTION  
SAMSUNG GALAXY S24 DI INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

**Derio Aris Wardana**

**0000052614**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Derio Aris Wardana  
NIM : 00000052614  
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh E-WOM, Brand Image, Product Feature, dan Product Price Terhadap Purchase Intention Samsung Galaxy S24 di Indonesia

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 21/01/2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Derio Aris Wardana', is written over the banknote stamp.

Derio Aris Wardana

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh E-WOM, Brand Image, Product Feature, dan Product Price Terhadap Purchase Intention Samsung Galaxy S24 di Indonesia

Oleh

Nama : Derio Wardana

NIM : 00000052614

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

NIDN. 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

NIDN. 0323047801

iii

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh E-WOM, Brand Image, Product Feature, dan Product Price Terhadap  
Purchase Intention Samsung Galaxy S24 di Indonesia

Oleh

Nama : Derio Wardana  
NIM : 00000052614  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

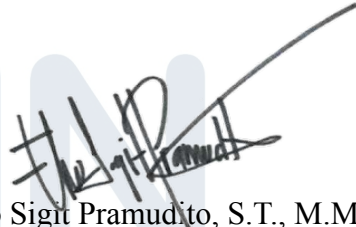
Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024  
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Ir. Arief Iswariyadi, M. Sc., Ph.D  
NIDN. 0316026404



Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M.,  
CDM, CPM(Asia)  
NIDN. 0301087205

Pembimbing

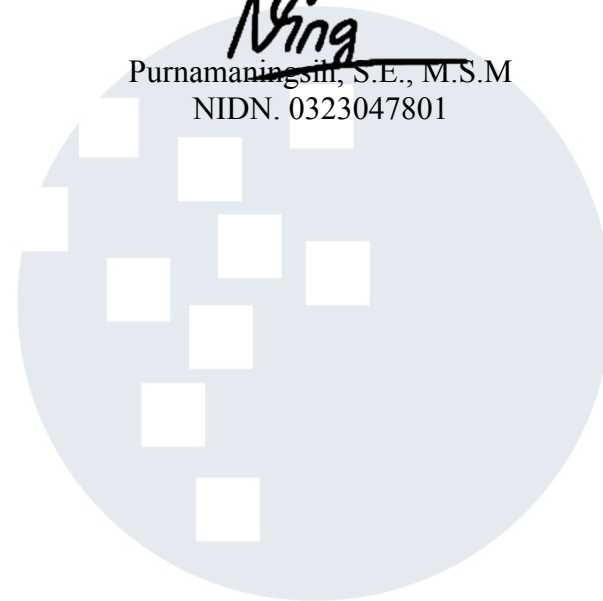


Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.  
NIDN. 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
NIDN. 0323047801



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Derio Wardana  
NIM : 00000052614  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

Pengaruh E-WOM, Brand Image, Product Feature, dan Product Price Terhadap Purchase Intention Samsung Galaxy S24 di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.
- 

Tangerang, 13 Mei 2024



(Derio Wardana )

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, saya memulai kata pengantar ini sebagai bagian integral dari penelitian saya yang mencapai tahap akhir. Tujuan utama dari tugas akhir ini adalah untuk menyelidiki dan menganalisis dengan cermat topik yang telah saya pilih. Saya berharap bahwa hasil dari skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang penelitian yang saya tekuni dan membuka pintu untuk eksplorasi lebih lanjut di masa yang akan datang.

Saya ingin mengungkapkan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini,

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu penulis khususnya dalam beberapa konsultasi akademik..
4. Bapak Dr. Yosef Budi Susanto, M.M., sebagai Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan kesempatan untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Putri Septiatami selaku kekasih dari penulis, yang senantiasa memberikan cinta kasih, dukungan, motivasi, dan semangat tanpa henti sehingga penyusunan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Ariyanti selaku Human Resource Development dari Samsung Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk berkembang bersama Samsung disamping dalam pengerjaan tugas akhir skripsi



8. Kak Albert Sutanto, Aurelius Audie, dan seluruh tim bagian dari Product Development Samsung Indonesia yang telah banyak membantu, mendukung, dan memberikan banyak bimbingan, arahan, ilmu, dan motivasi dalam pekerjaan penulis disamping dalam pengerjaan tugas akhir skripsi.
9. Kak Galih dan seluruh tim bagian dari SRIN IT & Security Team yang telah banyak bekerjasama dalam pekerjaan penulis disamping dalam pengerjaan tugas skripsi.
10. Teman-teman internship dari Samsung Indonesia yang telah banyak bekerjasama dalam pekerjaan penulis disamping dalam pengerjaan tugas akhir skripsi.
11. Teman-teman dari Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang turut menemani perjalanan kehidupan perkuliahan hingga sampai pada tahap pengerjaan tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan dan/atau kekurangan dalam menyajikan laporan tugas akhir skripsi ini, baik dari segi materi ataupun teknik penulisan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala saran dan kritik yang bersifat membangun guna mendukung perluasan wawasan berbagai pihak.

Tangerang, 13 Mei 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Derio Wardana

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, BRAND  
IMAGE, PRODUCT FEATURE, DAN PRODUCT PRICE  
TERHADAP PURCHASE INTENTION SAMSUNG GALAXY  
S24 DI INDONESIA**

Derio Aris Wardana

**ABSTRAK**

Pasar smartphone telah menjadi arena persaingan yang semakin ketat, di mana Samsung, yang sebelumnya mendominasi, kini dihadapkan pada tantangan signifikan dari pesaing utamanya, iPhone. Untuk mengatasi perubahan dinamika pasar ini, penelitian ini ditujukan untuk memperkuat pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk terbaru Samsung, khususnya Samsung Galaxy S24, di Indonesia. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner kepada minimal 100 responden dengan indikator audiens berupa laki-laki atau perempuan, telah bekerja atau memiliki penghasilan sendiri, dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Konstruk yang diteliti meliputi Electronic Word of Mouth (eWOM), citra merek, fitur produk, dan pengaruh sosial. Data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teknik SEM dan menggunakan platform aplikasi pengolah data SmartPLS. Dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwa E-WOM berpengaruh positif terhadap Brand Image, serta E-WOM dan Product Price juga berpengaruh positif terhadap Purchase Intention untuk membeli smartphone Samsung Galaxy S24. Adapun kekurangan dari penelitian yang dilakukan yaitu penyebaran data kuesioner kurang tersegmentasi dengan baik, sehingga saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebaiknya target penelitian ditujukan untuk pekerja yang memiliki pendapatan sesuai dengan harga dari Samsung Galaxy S24, serta sudah memiliki daya tarik untuk membeli smartphone Samsung Galaxy S24. Adapun dari penelitian ini diharapkan untuk perusahaan agar dapat lebih mempublikasikan segmentasi dari Samsung Galaxy S24 secara terbuka, sehingga perusahaan dapat lebih terukur dalam mempromosikan produknya.

**Kata kunci:** Smartphone, Purchase Intention, Samsung Galaxy S24, Marketing Strategy

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH,  
BRAND IMAGE, PRODUCT FEATURE, AND PRODUCT PRICE  
ON SAMSUNG GALAXY S24 PURCHASE INTENTION IN  
INDONESIA***

Derio Aris Wardana

***ABSTRACT (English)***

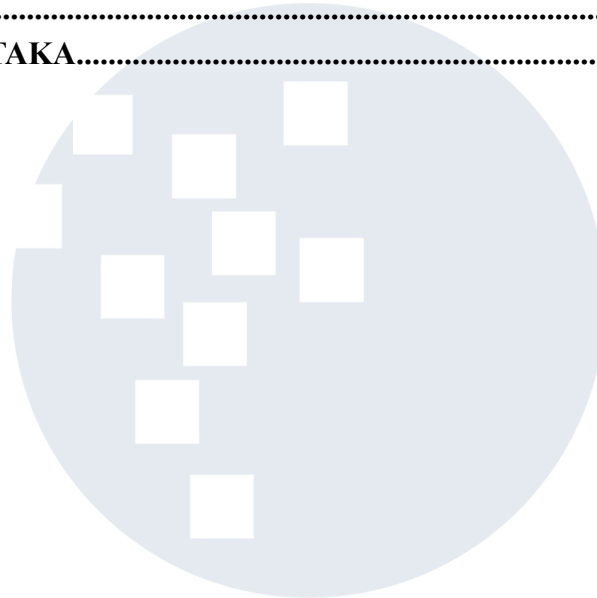
*The smartphone market has become an increasingly competitive arena, where Samsung, which previously dominated, is now facing significant challenges from its main competitor, the iPhone. To address this changing market dynamics, this research aims to strengthen understanding of the factors influencing consumers' purchase intentions towards the latest Samsung products, particularly the Samsung Galaxy S24, in Indonesia. Quantitative methods are used in this study with the distribution of questionnaires to a minimum of 100 respondents, with audience indicators being male or female, employed or having their own income, and residing in the Jabodetabek area. The constructs examined include Electronic Word of Mouth (eWOM), brand image, product features, and social influence. Data is collected and analyzed using SEM techniques and the SmartPLS data processing application platform. From the research conducted, it is found that E-WOM positively influences Brand Image, and both E-WOM and Product Price also positively influence Purchase Intention to buy the Samsung Galaxy S24 smartphone. One of the shortcomings of the conducted research is that the questionnaire data distribution is not well-segmented. Therefore, a suggestion for future research is to target the study towards workers who have income levels corresponding to the price of the Samsung Galaxy S24 and who already have an inclination to purchase the Samsung Galaxy S24 smartphone. As for this research, it is hoped that Samsung can openly publish the segmentation of the Samsung Galaxy S24, so that they can be more measurable in promoting their products.*

**Keywords:** *Smartphone, Purchase Intention, Samsung Galaxy S24, Marketing Strategy*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	2
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	3
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	4
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA</b> .....	6
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	7
<b>ABSTRAK</b> .....	9
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	10
<b>DAFTAR ISI</b> .....	11
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	13
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	14
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	15
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	16
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	16
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	35
1.3 Tujuan Penelitian.....	37
1.4 Manfaat Penelitian.....	38
1.5 Batasan Penelitian.....	38
1.6 Sistematika Penulisan.....	39
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	41
2.1 Tinjauan Teori.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	52
2.3 Model Penelitian.....	56
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	61
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
3.2 Desain Penelitian.....	63
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	65
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	69
3.6 Teknik Analisis Data.....	71
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	76
4.1 Karakteristik Responden.....	76
4.2 Analisis Statistik.....	83

4.3 Uji Hipotesis.....	92
4.4 Pembahasan.....	103
4.5 Implikasi Manajerial.....	106
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>132</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia Tahun 2023.....	22
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 - Januari 2023).....	27
Gambar 1.3. Proporsi Pangsa Pasar / Market Share Smartphone Secara Global (Kuartal I 2023).....	29
Gambar 1.4. Volume Produksi Smartphone di Dunia (Kuartal II 2023).....	31
Gambar 1.5. Pangsa Pasar Smartphone Global Berdasarkan Merek (Kuartal III 2023).....	33
Gambar 1.6. Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Produsen Kuartal IV 2023.....	35
Gambar 1.7. Volume Pengiriman Smartphone Global (2022 - 2023).....	37
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	58
Gambar 3.1. Desain Penelitian.....	65
Gambar 3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	68
Gambar 3.3. Struktur Penelitian Structural Equation Modeling.....	74
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	78
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Brand Awareness Smartphone Samsung Galaxy S24.....	79
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Pernah Memiliki Smartphone Samsung Galaxy S24.....	79
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Merk Smartphone Saat Ini.....	80
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Rata-Rata Pendapatan Tiap Bulan.....	81
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Nominal Uang Yang Rela Dikeluarkan Untuk Membeli Smartphone.....	82
Gambar 4.9 Hasil Uji Outer Model.....	92
Gambar 4.10 Hasil Uji Inner Model.....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Jurnal Utama.....	54
Tabel 2.2 Temuan Inti Jurnal Referensi Keseluruhan.....	55
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.....	70
Tabel 3.2. Uji Validitas Pre-test.....	72
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Pre-test.....	73
Tabel 4.1 Analisis Statistik.....	82
Tabel 4.2 Analisis Statistik Variabel Electronic Word of Mouth.....	83
Tabel 4.3 Analisis Statistik Variabel Brand Image.....	84
Tabel 4.4 Analisis Statistik Variabel Product Feature.....	85
Tabel 4.5 Analisis Statistik Variabel Product Price.....	86
Tabel 4.6 Analisis Statistik Variabel Purchase Intention.....	87
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	89
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity.....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Path Coefficient.....	95



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan Skripsi.....	107
Lampiran 2 Linimasa Penyelesaian Skripsi.....	110
Lampiran 3 Hasil Pre-Test Uji Validitas Menggunakan Rumus (R hitung > R tabel) dalam Microsoft Excel.....	111
Lampiran 4 Hasil Pre-Test Uji Validitas Menggunakan SPSS.....	112
Lampiran 5 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas Menggunakan Nilai Acuan Cronbach's Alpha dalam Microsoft Excel.....	113
Lampiran 6 Hasil Uji Pre-Test Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS.....	113
Lampiran 7 Penyebaran Data.....	114
Lampiran 8 Hasil Uji Turnitin.....	126

