



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Kreativitas Iklan Dan eWOM  
(*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat  
Beli Smartphone Oppo Di President Cell**

Mohammad  
Amiruddin  
151500033

Dosen Pembimbing  
Fachrudiy Asj'ari, Dr., MM S.Psi  
Siti Syamsiyah, SE., MM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
201



## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Bagus D., SE., MM.  
Jabatan : Kepala Lab. Kewirausahaan

Menyatakan bahwa :

Nama : Mohammad Amiruddin  
NIM : 151500033  
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di President Cell, dengan hasil 19,5 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juli 2019  
Kepala Laboratorium,  
  
I Made Bagus D., SE., MM.



**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN EWOM  
(*Electronic Word Of Mouth*) TERHADAP MINAT  
BELI SMARTPHONE OPPO DI PRESIDENT CELL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

**MOHAMMAD AMIRUDDIN  
151500033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2019**

## **Motto**

*Memberi itu baik, karena memberi bukan mengurangi harta, tapi melipat gandakan harta*

## ***Skripsi ini saya persembahkan untuk :***

Kedua orang tua saya, Ayah Imam Bisri dan Ibu Nur Cassanah  
Seluruh keluarga dan saudara-saudara saya  
Sahabat-sahabat saya Dwica, Yeni, Bunga Atlanta, Amel, Ayu  
Trianeng, Randi, Fingki, Beky, Aldi, Asti, agus, yoga dan teman-  
teman Genk Saroenk  
Teman-teman dari manajemen angkatan 2015

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 19 Juli 2019

Dosen Pembimbing 1



Fachrudiy As'ari, Dr., MM S.Psi  
NPP: 1202612/DY

Dosen Pembimbing 2



(Siti Samsyah, SE., MM)  
NPP : 1511749/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kreativitas Iklan dan eWOM Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di President Cell

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Mohammad Amiruddin

b. Nim : 151500033

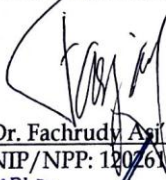
c. Program Studi : Manajemen

d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

e. Alamat e-mail : [amiruddin.au979@gmail.com](mailto:amiruddin.au979@gmail.com)

Surabaya, 19 Agustus 2019

Dosen Pembimbing I,

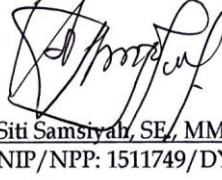


Dr. Fachrudin Asjari, S.Psi., MM  
NIP/NPP: 1202612/DY



Dr. Siti Istikhoroh, M.Si  
NIP: 19671019.199203.2001

Dosen Pembimbing II,



Siti Samsiyah, SE., MM  
NIP/NPP: 1511749/DY



Tony Susilo W, SE., M.Pd., MSM  
NIP / NPP : 0709494/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohammad Amiruddin  
NIM : 151500033  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi  
Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Kreativitas Iklan dan eWOM (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di President Cell" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelas Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tahun Akademik 2018/2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 19 Juli 2019

Mahasiswa,  




Mohammad Amiruddin

NIM : 151500033



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Kreativitas Iklan dan eWOM (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di President Cell"**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H.Djoko Adi Walujo, ST, MM, DBA selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Ibu Dra. Siti Istikhoroh Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE, Mpd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Fachrudi Asj'ari, Dr.,MM S.Psi dan Ibu Siti Syamsiyah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, atas pendidikan selama dibangku kuliah.
6. Bapak selaku Pimpinan President Cell yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis hingga skripsi ini selesai tepat waktu.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Imam Bisri dan Ibu Nur Cassanah yang telah mendukung selama pengerjaan skripsi ini.

8. Sahabat dan rekan seperjuangan tercinta (Dwica, Yeni, Bunga Atlanta, Amel, Ayu Trianing Randi, Fingki, Beky, Aldi, Asti, agus, yoga dan teman-teman Genk Saroenk) yang tiada henti memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhir nya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 19 Juli 2019

Penulis,

Mohammad Amiruddin

NIM. 151500033

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian .....	iv
Motto .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	16
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	17
2.2.3. Kreativitas Iklan.....	18
2.2.3.1. Periklanan .....	18
2.2.3.2. Iklan .....	20
2.2.3.3. Kreativitas Iklan.....	23
2.2.3.4. Indikator Kreativitas Iklan .....	23

2.2.4. eWOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ).....	25
2.2.4.1. Pengertian eWOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ) ...	25
2.2.4.2. Dimensi eWOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ) .....	26
2.2.4.3. Indikator eWOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ) .....	28
2.2.5. Minat Beli .....	29
2.2.5.1. Pengertian Minat Beli.....	29
2.2.5.2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	30
2.2.5.3. Indikkator Minat Beli .....	31
2.3. Kerangka Konseptual .....	32
2.4. Hipotesis .....	33

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1. Populasi dan Sampel .....	38
3.2.2. Sampel Penelitian .....	39
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1. Jenis Data .....	40
3.3.2. Sumber Data .....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4.1. Kuesioner .....	41
3.4.2. Dokumentasi .....	41
3.4.3. Skala Pengukuran .....	42
3.4.4. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5.1. Variabel Penelitian.....	43
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	44
3.5.2.1. Kreativitas Iklan ( $X_1$ ).....	44
3.5.2.2. eWOM ( <i>Electronic Word Of Mouth</i> ) ( $X_2$ ) .....	45
3.5.2.3. Minat Beli ( $Y$ ) .....	47

3.6. Teknik Analisis Data .....	48
3.6.1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	48
3.6.1.1. Uji Validitas .....	48
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	49
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	49
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas.....	50
3.6.2.3. Uji Heterokedastisitas .....	51
3.6.2.4. Uji Autokorelasi .....	51
3.6.3. Anaisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	53
3.6.4.1. Uji F.....	53
3.6.4.2. Uji T.....	54

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN.....	57
4.1. Penyajian Data Penelitian .....	57
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	57
4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	58
4.1.2.1. Karakteristik Responden.....	58
4.1.2.2. Distribusu Frekuensi Variabel Penelitian.....	60
4.2. Analisis Data Penelitian .....	62
4.2.1. Uji Validitas.....	62
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	64
4.2.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	65
4.2.3.1. Uji Normalitas Data .....	65
4.2.3.2. Uji Multikolinearitas.....	67
4.2.3.3. Uji Heterokedasititas .....	67
4.2.3.4. Uji AutoKorelasi.....	68
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
4.2.5. Koefiensi Korelasi (R) dan Determinasi (R)....	70

4.3. Pengujian Hipotesis.....	72
4.3.1. Pengujian Hipotesis 1 Menggunakan uji-T .....	72
4.3.2. Pengujian Hipotesis 2 Menggunakan uji-T .....	73
4.3.3. Pengujian Hipotesis 3 Menggunakan uji-F .....	73
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1. Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli .....	74
4.4.2. Pengaruh eWOM Terhadap Minat Beli .....	75
4.4.3. Pengaruh Kreativitas Iklan dan eWOM Terhadap Minat beli .....	76
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	 79
5.1. Simpulan .....	79
5.2. Saran .....	80

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel Halaman	
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu ..... 12
3.1	Data Konsumen Smartphone Oppo Di President Cell .... 38
3.2	Skala Likert ..... 42
3.3	Kriteria Uji Autokorelasi..... 52
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 59
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 59
4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Kreativitas Iklan ( $X_1$ ) ..... 60
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel eWOM ( $X_2$ ) ..... 61
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y) ..... 62
4.6	Uji Validitas ..... 63
4.7	Uji Reliabilitas..... 64
4.8	Uji Normalitas ..... 65
4.9	Uji Multikolinieritas ..... 67
4.10	Uji Autokorelasi ..... 68
4.11	Uji Regresi Linier Berganda..... 69
4.12	Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi dan Korelasi..... 71
4.13	Interpretasi Koefisiensi Korelasi ..... 71
4.14	Tabel Hasil Pengujian Uji-T..... 72
4.15	Uji Statistik F..... 74

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar Halaman

2.1	Kerangka Konseptual.....	32
3.1	Rancangan Penelitian.....	37
4.1	Uji Normalitas .....	66
4.2	Uji Heterokedastisitas .....	68