



UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara)**

SKRIPSI

RIO MANGGALI AGUSTIN

NPM : 200214929

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TENGGARONG
2026**



UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara)**

SKRIPSI

*“Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan Strata 1 (S1) Diprogram Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara”*

RIO MANGGALI AGUSTIN

NPM : 200214929

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TENGGARONG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi dengan judul :

Pengaruh *Word of mouth* dan *Ekuitas Merek* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara).

Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terhadap unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan serta gelar akademik yang telah saya peroleh (SE) dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Tenggarong, Januari 2026



Rio Manggali Agustin
NPM.200214929

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai civitas akademika Universitas Kutai Kartanegara, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rio Manggali Agustin
NPM : 200214929
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Hak Bebas Royalti Non Eklusif (*Non-exclusive Royalty Free Righth*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Word of mouth* dan *Ekuitas Merek* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tenggarong, Januari 2026
Yang menyatakan



Rio Manggali Agustin
NPM.200214929

HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : **Rio Manggali Agustin**
NPM : **200214929**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**
Universitas : **Kutai Kartanegara**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Word of mouth* dan *Ekuitas Merek* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara).**

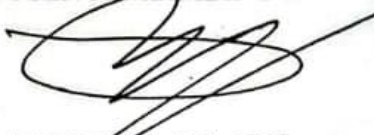
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING I



ILHAM, SE., MM
NIDN : 1131017501

DOSEN PEMBIMBING II


ALI AKBAR, SE., M.Si
NIDN : 1110117701

Ditetapkan di : **Tenggarong**
Tanggal : **Januari 2026**

Ketua Program Studi Manajemen


ALI AKBAR, SE., M.Si
NIK : 11027 1015 101177



PANITIA PELAKSANA SEMINAR SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

STATUS TERAKREDITASI NOMOR : 533/DE/A.5/AR.10/VI/2023 Tanggal, 18 Juli 2023
Jalan Gunung Kombeng No.27 Telp : 661821 – 661822 PO Box 133 Tenggarong Kalimantan Timur
Website : Febis.unikarta.ac.id

BERITA ACARA UJIAN AKHIR SKRIPSI

Panitia Ujian Pendadaran Skripsi Mahasiswa Tahap Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong, telah melaksanakan Ujian Pendadaran Skripsi Mahasiswa pada hari **Senin, 02 Maret 2026** di Kampus Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong dengan mengingat :

1. Pedoman Penyelenggaraan Akademik (PPA) Universitas Kutai Kartanegara Tahun 2022;
2. Pedoman Penyelenggaraan Akademik (PPA) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Tahun 2022;
3. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Nomor : FEBIS.7.2/204-108-SK.D/IX/2022, 26 September 2022, tentang Pedoman Teknis Penulisan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara;
4. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Nomor 157/FEBIS-01-SK/VII/2024, 11 Juli 2024, tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Seminar Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara;

MEMPERHATIKAN : 1. Hasil Seminar 1 (satu) dan 2 (dua);
2. Jawaban dan Sanggahan yang diberikan selama ujian;
3. Nilai Hasil Ujian yang dicapai dalam ujian.

Dengan Susunan Anggota Penguji :

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Dr.Sabran,SE.,M.Si	1.....
2.	Ilham,SE.,MM	2.....
3.	Ali Akbar,SE.,M.Si	3.....

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN :

NAMA : RIO MANGGALI AGUSTIN
NPM : 200214929
FAKULTAS / JURUSAN : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH WORD OF MOUNTH DAN EKUITAS MEREK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
KUTAI KARTANEGARA)

DINYATAKAN : A (LULUS)
IPK : 3.76
PREDIKAT LULUSAN : DENGAN PUJIAN

Panitia Ujian Akhir Skripsi

Ketua,

Ali Akbar,SE.,M.Si
NIK : 11207 1015 101177

Sekretaris,

Diah Nunik Puji Astuti,SE
NIK : 99 0108 208 200286

NAMA PTS : UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JADWAL KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

1. NAMA MAHASISWA : RIO MANGGALI AGUSTIN
2. NPM : 200214929
3. JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA)
4. DOSEN PEMBIMBING : I. ILHAM,SE.,MM
II. ALI AKBAR SE.,M.Si
5. TANGGAL PENGAJUAN RANCANGAN SKRIPSI : 5 DESEMBER 2023
6. JADWAL KONSULTASI

Tgl/Bln/Thn	Paraf Pembimbing		Keterangan
	I	II	
20/10/2023			Survei awal pada objek rencana penelitian proposal
13/11/2023			Pengajuan judul ke Kaprodi
16/01/2024			Menerima surat Kaprodi atas persetujuan judul
30/10/2024			Mulai melakukan penulisan proposal
02/06/2025			Konsultasi Pembimbing 1 & 2
20/06/2025			Mengikuti Seminar Proposal
28/10/2025			Melakukan penelitian
14/01/2026			Konsultasi Dosen Pembimbing 1 & 2
19/01/2026			Konsultasi Dosen Pembimbing 1 & 2
21/01/2026			Konsultasi Dosen Pembimbing 1 & 2
22/01/2026			Persiapan ikut seminar hasil

24/01/2026			Seminar Hasil Penelitian
29/01/2026			Konsultasi Dosen Pembimbing 1 & 2
30/01/2026			Konsultasi Dosen Pembimbing 1 & 2
12/02/2026			Ikut Ujian Akhir Skripsi

7. TANGGAL SELESAI PENULISAN SKRIPSI : 12 FEBRUARI 2026
8. KETERANGAN : L U L U S
9. TELAH DIEVALUASI/DIUJI DENGAN NILAI: A

DOSEN PEMBIMBING I,

ILHAM, SE., MM

NIDN : 1131017501

DOSEN PEMBIMBING II,

ALI AKBAR, SE., M.Si

NIDN : 1110117701

MENGETAHUI,
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA

ALI AKBAR, SE., M.Si
NIK. 11027 1015 101177

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang lebih mulia kecuali mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas karunianya yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word of Mouth* dan *Ekuitas Merek* terhadap keputusan pembelian *Smartphone Samsung* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara)”** ini dapat diselesaikan.

Dalam usaha dan upaya penyelesaian skripsi ini banyak kesulitan yang dialami peneliti, mulai dari pengumpulan literatur sampai kepada penyusunannya. Tetapi atas berkat rahmat Allah SWT serta bantuan dari segala pihak dan juga motivasi yang tinggi dari peneliti, sehingga hambatan tersebut dapat diatasi. Selanjutnya peneliti menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya, terutama peneliti tujukan kepada :

1. Rektor Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong yang telah memberi kesempatan kepada peneliti untuk menempuh pendidikan di Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong.
2. Dekan dan Wakil Dekan I, II dan III, Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong yang banyak memberikan tambahan ilmu kepada peneliti sejak dibangku kuliah.
3. Bapak Ilham, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Ali Akbar, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan dan petunjuk serta bimbingan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
4. Kepada orang tua, dan seluruh saudara tercinta yang telah banyak memberikan motivasi kepada peneliti selama menempuh pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
5. Rekan mahasiswa dan mahasiswi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan berupa dukungan moril serta pendapat atau saran yang sangat berguna sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materiil mendapatkan balasan pahala yang sesuai dari Allah SWT, amin.

Tenggarong, Januari 2026

P e n e l i t i

RINGKASAN

Rio Manggali Agustin 2026, judul skripsi “**Pengaruh *Word of Mouth* dan Ekuitas Merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara)**” dibawah bimbingan Bapak Ilham, SE., MM dan Bapak Ali Akbar, SE., M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari *Ekuitas Merek* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari *Word of Mouth dan Ekuitas Merek* terhadap Keputusan Pembelian Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh ketiga variabel, *Word of Mouth dan Ekuitas Merek* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

Sampel dalam penelitian ini diperkirakan sebanyak 85 orang dengan menggunakan Slovin sebagai teknik pengambilan sampel dan persamaan regresi berganda dengan uji hipotesis yang dipakai uji F dan t sebagai alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan *Word of Mouth* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah 1,512 yang dimana nilai tersebut $> 0,677$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. *Ekuitas Merek* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah 7,548 yang dimana nilai tersebut $> 0,677$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. *Word of Mouth dan Ekuitas Merek* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ adalah 53,023 yang dimana nilai tersebut $> 3,95$. Hasil menunjukkan *Ekuitas Merek* lebih dominan berpengaruh terhadap *Keputusan Pembelian* dibanding *Word of Mouth*, dengan nilai *Standart Coefficients Beta Ekuitas Merek* sebesar 0,667 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai *Standart Coefficients Beta Word of Mouth* sebesar 0,134

Kata kunci : *Word of Mouth, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Rio Manggali Agustin 2026, Thesis Title: “The Influence of Word of Mouth and Brand Equity on Smartphone Samsung Purchase Decisions (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business Kutai Kartanegara University)” Supervised by Mr. Ilham, SE., MM and Mr. Ali Akbar, SE., M.Si.

The purpose of this research is to examine and analyze the influence of Word of Mouth on Samsung Purchase Decisions among students at the Faculty of Economics and Business, Kutai Kartanegara University. To examine and analyze the impact of Brand Equity on Samsung Purchase Decisions among students at the Faculty of Economics and Business, Kutai Kartanegara University. To determine and analyze the impact of these three variables—Word of Mouth and Brand Equity—on the Samsung purchase decisions among students at the Faculty of Economics and Business, Kutai Kartanegara University.

The sample in this study is estimated to be 85 people, using the Slovin formula as the sampling technique, and multiple regression equations with hypothesis testing using F and t tests as analytical tools in this research.

The results of the study indicate that the Word of Mouth variable has a t-count value of 1.512, which is greater than the t-table value of 0.677, this it can be concluded that Brand Equity has a significant effect on Purchase Decision. The Brand Equity variable shows a t-count value of 7.548, which is also greater than the t-table value of 0.677, indicating that Word of Mouth has a significant effect on Purchase Decision. Simultaneously, Word of Mouth and Brand Equity have a significant influence on Purchase Decision, as evidenced by the F-count value of 53.025, which is greater than the F-table value of 3.95. The results show that Brand Equity has a more dominant influence on Purchasing Decisions than Word of Mouth, with a Standard Coefficients Beta value for Brand Equity of 0.667, which is greater than the Standard Coefficients Beta value for Word of Mouth of 0.134.

Keywords: Word of Mouth, Brand Equity, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
JADWAL KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
RINGKASAN	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Konsep Manajemen	13
2.2.1.1 Pengertian Manajemen.....	13
2.2.1.2 Fungsi Manajemen	13
2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran	15

2.2.2.1	Pengertian Pemasaran	15
2.2.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.2.2.3	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.3	Teori Perilaku Konsumen	18
2.2.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.2.4	Keputusan Pembelian	19
2.2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.2.4.2	Indikator keputusan pembelian	20
2.2.5	<i>Word of Mouth</i> (WOM)	21
2.2.5.1	Pengertian <i>Word of Mouth</i> (WOM)	21
2.2.5.2	Indikator <i>Word of Mouth</i>	22
2.2.6	Ekuitas Merek	22
2.2.6.1	Pengertian Ekuitas Merek	22
2.2.6.2	Indikator Ekuitas Merek.....	23
2.3	Kerangka Pikir.....	24
2.4	Hubungan Antar Variabel	25
2.4.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2	Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.5	Hipotesis	26
2.6	Definisi Konseptual	26
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Definisi Operasional.....	27
3.2	Tempat Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.4	Rincian Data Yang Diperlukan	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.3	Regresi Linear Berganda	33

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi R^2	34
3.6.5 Pengujian Hipotesis	34
3.7 Jadwal Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2. Hasil Penelitian.....	37
4.2.1. Karakteristik Responden.....	37
4.2.2. <i>Word of Mouth</i> (X1)	37
4.2.3. Ekuitas Merek (X2)	40
4.2.4. Keputusan Pembelian (Y).....	43
BAB V PEMBAHASAN	46
5.1. Analisis Data	46
5.1.1 Uji Validitas.....	46
5.1.2 Uji Reliabilitas	47
5.1.3 Uji Normalitas.....	47
5.1.4 Uji Multikolinieritas	48
5.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	48
5.1.6 Uji Koefisien Determinasi	49
5.1.7 Pengujian Hipotesis	50
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
BAB VI PENUTUP	59
6.1. Kesimpulan.....	59
6.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
KUESIONER PENELITIAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	9
Tabel 3. 1.....	29
Tabel 4. 1.....	37
Tabel 4. 2.....	38
Tabel 4. 3.....	41
Tabel 4. 4.....	44
Tabel 5. 1.....	46
Tabel 5. 2.....	47
Tabel 5. 3.....	47
Tabel 5. 4.....	48
Tabel 5. 5.....	49
Tabel 5. 6.....	49
Tabel 5. 7.....	50
Tabel 5. 8.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.1	24