



**Pengaruh Terpaan *Electronic Word of Mouth* melalui
Tech Reviewer YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek
Terhadap Minat Beli Smartphone Realme**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Rohmat Pambudi

14030115140095

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohmat Pambudi
Nomor Induk Mahasiswa : 14030115140095
Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 27 Agustus 1996
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang saya tulis dengan judul:

Pengaruh Terpaan *Electronic Word of Mouth* melalui *Tech Reviewer*

YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek

terhadap Minat Beli Smartphone Realme

Merupakan sebenar-benarnya hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak terbukti kebenarannya, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab..

Semarang, 18 Mei 2022



Rohmat Pambudi

NIM. 14030115140095

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan *Electronic Word of Mouth* melalui
Tech Reviewer YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek
terhadap Minat Beli Smartphone Realme
Nama Penyusun : Rohmat Pambudi
NIM : 14030115140095

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 15 Juni 2022

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc

(.....)

Dosen Penguji :

1. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M.

(.....)

2. Nurist Surayya Ulfa, S.Sos, M.Si.

(.....)

MOTTO

**“ kemuliaan terbesar dalam hidup
tidak terletak pada
tak pernah gagal,
tapi dalam upaya bangkit
setiap kali kita gagal ”**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selama proses penyusunan skripsi, penulis memperoleh bantuan dan dukungan yang tak terhitung dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dengan setulus hati kepada :

1. Allah S.W.T, karena berkat limpahan berkah, rahmat dan ridho yang telah diberikan dalam proses pembelajaran ini sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Suwardi dan Ibuk Sriyatni, yang selalu memberikan dukungan, kepercayaan, doa, serta kasih sayang secara penuh kepada penulis. Terima kasih banyak atas segalanya.
3. Mas Dodi, Mbak Titin, Mbak Ruti, dan Mbak Nur, yang selalu memberikan semangat serta doa terbaik. Semoga kita senantiasa bahagia, dan mampu memberikan yang terbaik untuk Bapak dan Ibuk.
4. Kak S. Rouli Manalu selaku Ketua Departemen S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro. Terima kasih atas arahan, bantuan, serta dukungannya selama berkuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Mas Tandiyo Pradekso selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, serta memberikan masukan-masukannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Mbak Nurist Surayya Ulfa dan Mas Djoko Setyabudi selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih atas segala masukan, waktu yang diluangkan, dan bimbingannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh dosen beserta staff Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP yang telah mendidik, memberikan dukungan, dan membantu penulis untuk berkembang semenjak awal perkuliahan.
8. Laras, terima kasih untuk semua dukungan, kesabaran yang tiada tara, canda tawa dan penyemangat yang tak pernah putus. Terima kasih banyak atas segala motivasi, waktu yang kamu curahkan serta ketulusanmu yang menggerakkan penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga kita bisa saling menguatkan dan memberi kebahagiaan di masa-masa yang akan datang. Amin.
9. Kost Pemuda Berbudiman (PP, Ryan, Khamid, Bintoro, Faizul, Adam, Andi, Sijek, Suryo), terima kasih sudah memberikan kesan terbaik selama hidup bersama di perantauan, semoga kita senantiasa diberikan kesehatan sehingga bisa berjumpa di waktu yang akan datang. Terima kasih banyak untuk Bapak dan Bu Budiman yang mengayomi serta bersabar atas segala tingkah laku kami yang terkadang nakal.
10. KKN Undip Desa Sukosono (Dewi Larasati, Zsazsa Dordia Arinanda, Dwi Rusiana, Zakky Nur Muhammad, Bachtiar Eka Budiyanto, dan Bapak Soleh sekeluarga). Terima kasih atas kebersamaannya, segala tentang kalian dan kenangannya akan selalu memiliki tempat di hati penulis. Semoga silaturahmi dan kekeluargaan kita senantiasa terjaga.
11. Serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan *Electronic Word of Mouth* melalui *Tech Reviewer* YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Smartphone Realme

Nama : Rohmat Pambudi

NIM : 14030115140095

Berdasarkan survei global yang dilakukan oleh lembaga riset Nielsen dengan 28.000 responden di 56 negara termasuk Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa rekomendasi dari konsumen yang di sampaikan secara daring, termasuk salah satu sumber iklan yang dipercaya dengan presentase sebesar 70%.. Aktifitas tersebut salah satunya yakni ulasan/ *review* smartphone seperti yang dilakukan oleh GadgetIn. *Review* termasuk salah satu bentuk dari komunikasi *electronic word of mouth/ eWoM* yang dapat mempengaruhi nilai jual suatu produk. Realme, perusahaan smartphone asal Tiongkok ini mengalami penurunan dalam penjualan serta citra mereknya tidak masuk dalam jajaran 5 besar merek smartphone ternama di Indonesia.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan eWOM melalui *tech reviewer* YouTube (GadgetIn) dan citra merek terhadap minat beli smartphone Realme. Penelitian ini menggunakan Teori Tradisional *Word of Mouth* yang dikemukakan oleh George Silverman untuk menjelaskan pengaruh X1 terhadap Y. Kemudian pengaruh X2 terhadap Y dijelaskan dengan Teori *Reasoned Action* dari Martin Fishbein. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang aktif menggunakan media social YouTube dan berusia 18-24 tahun.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan eWOM melalui *tech reviewer* YouTube (GadgetIn) terhadap minat beli smartphone Realme mempunyai signifikansi sebesar 0,000 serta nilai R Square yakni 0,257 atau 25,7%. Artinya hipotesis dapat dibuktikan serta teori *traditional word of mouth* dapat teruji. Kemudian pada hipotesis kedua teruji bahwa adanya pengaruh citra merek terhadap minat beli smartphone Realme dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai R Square yakni 0,744 atau 74,4%. Tak hanya itu, teori *reasoned acton* dapat dibuktikan.

Kata kunci : youtube; *electronic word of mouth*; citra merek; minat beli; smartphone realme

ABSTRACT

Judul Skripsi : **The Influence of *Electronic Word of Mouth* via *Tech Reviewer* YouTube (GadgetIn) and Brand Image toward Purchase Intention of Realme Smartphone**

Nama : **Rohmat Pambudi**

NIM : **14030115140095**

Based on a global survey conducted by the research institute Nielsen with 28,000 respondents in 56 countries including Indonesia. The results show that recommendations from consumers submitted online, including one of the trusted advertising sources with a percentage of 70%. One of these activities is smartphone reviews, as done by GadgetIn. Review is one form of electronic word of mouth / eWoM communication that can affect the selling value of a product. Realme, a smartphone company from China, experienced a decline in sales and its brand image was not included in the top 5 smartphone brands in Indonesia.

The purpose of this study was to determine the effect of eWOM exposure through YouTube's tech reviewer (GadgetIn) and brand image on interest in buying Realme smartphones. This study uses the Traditional Word of Mouth Theory proposed by George Silverman to explain the effect of X1 on Y. Then, to explain the effect of X2 on Y, Martin Fishbein uses Reasoned Action Theory. Sampling in this study was conducted using a non-probability sampling technique with purposive sampling. The population in this study is the people of Semarang City who actively use YouTube social media and are 18-24 years old.

Data analysis was performed using simple linear regression to test the first and second hypotheses. The results of the hypothesis test show that there is an effect of exposure to eWOM through YouTube technology reviewers (GadgetIn) on interest in buying a Realme smartphone, which has a significance of 0.000 and an R Square value of 0.257 or 25.7%. This means that the hypothesis can be proven and the word of mouth theory can be tested. Then in the second hypothesis, it is tested that there is an influence of brand image on interest in buying a Realme smartphone with a significance value of 0.000 and an R Square value of 0.744 or 74.4%. Not only that, the theory of reasoned action can be proven.

Kata kunci : **youtube; *electronic word of mouth*; brand image; purchase intention; smartphone**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Terpaan Electronic Word of Mouth melalui Tech Reviewer YouTube (GadgetIn) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Smartphone Realme.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingginya intensitas penggunaan YouTube di Indonesia. Dalam medium YouTube, semua individu mempunyai kebebasan yang sama untuk menonton hingga membuat konten di YouTube. Salah satunya melakukan ulasan/ review smartphone yang dilakukan oleh GadgetIn. Berdasarkan data dari socialblade.com, GadgetIn adalah tipe kanal teknologi di YouTube yang berada di urutan ke 28 dengan subscribers terbanyak di seluruh dunia dengan rincian 7.73 juta subscribers dengan jumlah view 1,505,305,816/ 15 Juni 2021. Menurut data tersebut, pencapaian ini mengukuhkannya menjadi kanal nomer 1 di Indonesia dengan tipe kanal teknologi. Mengingat banyaknya subscriber dan jumlah view, jangkauan paparan informasi bisa mencapai khalayak yang lebih luas. Review termasuk salah satu bentuk dari komunikasi *electronic word of mouth/ eWoM* yang dapat mempengaruhi nilai jual suatu produk. Realme, perusahaan smartphone asal Tiongkok yang dalam pembuatan ponselnya mengkombinasikan antara performa yang handal dan desain yang menarik serta membawa karakter semangat anak muda di setiap rilisan produk smartphonenya. Realme di Indonesia termasuk brand yang memiliki pangsa pasar yang besar, akan tetapi di tiap kuartalnya terjadi penurunan penguasaan pasar. Menurut laporan dari lembaga riset IDC, Realme berada di posisi ke lima dengan penguasaan pasar kisaran 12% pada kuartal kedua (Q2) tahun 2021. Padahal di kuartal kedua (Q2) tahun 2020, Realme pernah menyentuh di kisaran 14% meskipun posisinya masih tetap berada di urutan ke lima. Disisi lain, menurut indeks data yang dirilis oleh Top Brand Award pada 2020, citra merek dari Realme tidak masuk dalam jajaran 5 besar merek smartphone ternama di Indonesia.

Melalui penjelasan di atas, maka di dalam penelitian ini aspek terpaan *electronic word of mouth* melalui *tech reviewer* YouTube (GadgetIn), serta citra merek digunakan sebagai variabel prediktor atas minat beli pada smartphone Realme.

Struktur penulisan penelitian ini terdiri atas 5 bab. Bab pertama menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, visualisasi relasi variabel, hipotesis, definisi konsep dan operasional, serta metode penelitian. Kemudian, bab kedua dalam penelitian ini menjelaskan gambaran umum tiap variabelnya. Selanjutnya, bab ketiga memaparkan hasil deskriptif dari temuan penelitian. Pada bab keempat dijelaskan hasil uji serta pembahasan hipotesis antar variabel dengan menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Sedangkan untuk bab kelima dalam penelitian ini berisikan kesimpulan serta saran atas penelitian yang telah dilakukan.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan kedepannya. Masih cukup banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis secara terbuka menerima kritik yang bersifat konstruktif serta saran demi kemajuan penelitian yang dilakukan kedepannya.

Semarang, 18 Mei 2022



Rohmat Pambudi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	
Error! Bookmark not defined.	
MOTTO	4
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
KATA PENGANTAR.....	9
DAFTAR ISI.....	11
BAB I PENDAHULUAN.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.1 Latar Belakang.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.2 Perumusan Masalah.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.3 Tujuan Penelitian.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.4 Signifikansi Penelitian.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.4.1 Akademis	
Error! Bookmark not defined.	
1.4.2 Praktis	
Error! Bookmark not defined.	
1.4.3 Sosial	
Error! Bookmark not defined.	
1.5 Kerangka Teori.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.5.1 State of The Art	
Error! Bookmark not defined.	

1.5.2	Terpaan <i>EWoM</i> melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn)	Error! Bookmark not defined.
1.5.3	Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
1.5.4	Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
1.5.5	Pengaruh Terpaan <i>EWoM</i> melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn) terhadap Minat Beli Smartphone Realme	Error! Bookmark not defined.
1.5.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Smartphone Realme	Error! Bookmark not defined.
1.6	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.7	Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.7.1	Terpaan eWOM melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn)	Error! Bookmark not defined.
1.7.2	Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
1.7.3	Minat Beli Smartphone Realme	Error! Bookmark not defined.
1.8	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.8.1	Terpaan eWOM melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn)	Error! Bookmark not defined.
1.8.2	Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
1.8.3	Minat Beli Smartphone Realme	Error! Bookmark not defined.
1.9	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.1	Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.2	Populasi	Error! Bookmark not defined.

- 1.9.3 Teknik Pengambilan Sample
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.4 Sumber Data
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.6 Pengolahan Data
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.7 Analisis Data
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.8 Uji Validitas
Error! Bookmark not defined.
- 1.9.9 Uji Reliabilitas
Error! Bookmark not defined.

BAB II REVIEW YOUTUBE GADGETIN DAN CITRA MEREK REALME

.....

Error! Bookmark not defined.

- 2.1 Kanal YouTube GadgetIn.....
Error! Bookmark not defined.
- 2.2 Merek Smartphone Realme
Error! Bookmark not defined.

BAB III TERPAAN *E-WOM* MELALUI *TECH REVIEWER* YOUTUBE (GADGETIN), CITRA MEREK, DAN MINAT BELI SMARTPHONE REALME

Error! Bookmark not defined.

- 3.1 Analisis Deskriptif.....
Error! Bookmark not defined.
- 3.1.1 Identitas Responden
Error! Bookmark not defined.
- 3.1.2 Terpaan *E-WoM* Melalui *Tech Reviewer* YouTube (Gadgetin)
Error! Bookmark not defined.
- 3.1.3 Citra Merek
Error! Bookmark not defined.
- 3.1.4 Minat Beli Smartphone Realme
Error! Bookmark not defined.

BAB IV PENGARUH TERPAAN *E-WOM* MELALUI *TECH REVIEWER* YOUTUBE (GADGETIN) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE REALME.....

Error! Bookmark not defined.

4.1 Analisis Kuantitatif.....

Error! Bookmark not defined.

4.1.1 Uji Normalitas

Error! Bookmark not defined.

4.1.2 Uji Linearitas

Error! Bookmark not defined.

4.1.3 Analisis Regresi Terpaan e-WOM melalui Tech Reviewer YouTube (GadgetIn) (X_1) terhadap Minat Beli Smartphone Realme (Y)

Error! Bookmark not defined.

4.1.4 Analisis Regresi Citra Merek (X_2) terhadap Minat Beli Smartphone Realme (Y)

Error! Bookmark not defined.

4.2 Pembahasan

Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Pengaruh e-WOM melalui *Tech Reviewer* YouTube (GadgetIn) terhadap Minat Beli Smartphone Realme

Error! Bookmark not defined.

4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Smartphone Realme

Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP

Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan.....

Error! Bookmark not defined.

5.2 Saran

Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....

Error! Bookmark not defined.

A. Uji Validitas.....	
	Error! Bookmark not defined.
A.1 Terpaan e-WOM melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn)	
	Error! Bookmark not defined.
A.2 Citra Merek	
	Error! Bookmark not defined.
A.3 Minat Beli Smartphone Realme	
	Error! Bookmark not defined.
B. Uji Reliabilitas.....	
	Error! Bookmark not defined.
B.1 Terpaan e-WOM melalui <i>Tech Reviewer</i> YouTube (GadgetIn)	
	Error! Bookmark not defined.
B.2 Citra Merek	
	Error! Bookmark not defined.
B.3 Minat Beli Smartphone Realme	
	Error! Bookmark not defined.
C. Kuesioner Penelitian.....	
	Error! Bookmark not defined.
D. Data Responden.....	
	Error! Bookmark not defined.
E. Jawaban Responden.....	
	Error! Bookmark not defined.