

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS* DAN  
*STRATEGI MARKETING MIX* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM DALAM  
KEMASAN DI TANJUNGPINANG - BINTAN**

**ISTIKHOMAH  
NIM. 190461201041**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Istikhomah  
NIM : 190461201041  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth*, *Brand Awareness* dan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Tanjungpinang-Bintan.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Hj. Iranita, S.E., M.Si

NIP. 19700827 202121 2 003

Dosen Pembimbing II

Bunga Paramita, S.E., M.Si

NIDN. 0012018402

### Panitia Penguji

	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Abdul Jalal, S.E., M.Si</u> NIP. 19850822 201903 1 012	Ketua Penguji		7/8 2023
2	<u>Ezky Tivasiningsih, S.E., M.Si</u> NIP. 19920205 202203 2 010	Penguji I		4/8 2023
3	<u>Catri Jintar, S.E., M.Si</u> NIP. 19621019 199310 1 002	Penguji II		4/8 2023
4	<u>Bunga Paramita, S.E., M.Si</u> NIDN. 0012018402	Penguji III		2/8 2023
5	<u>Kiki Wulandari, S.E., M.Si</u> NIP. 19920121 201903 2 018	Penguji IV		2/8 2023

Tanggal Lulus: 20 Juli 2023.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Maritim



H. Hana, S.E., Ak., MM.CA

NIP. 1001077101

Abdul Jalal, S.E., M.Si

NIP. 19850822 201903 1 012

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Istikhomah  
NIM : 190461201041  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Awareness* dan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Tanjungpinang – Bintan.

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Seminar Proposal/Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 09 Mei 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, S.E., M.Si  
NIP. 19700827 202121 2 003

Dosen Pembimbing II



Bunga Paramita, S.E., M.Si  
NIDN. 0012018402

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 19850822 201903 1 012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



*Istikhomah*  
Istikhomah  
NIM. 190461201041

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Awareness* dan Strategi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Tanjungpinang – Bintan.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Diono dan Ibu Asmonah atas cinta, kasih sayang, nasehat, serta doanya yang tidak pernah berhenti demi keberhasilan anaknya.
2. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, DEA, Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Ibu Dr. Asmaul Husna, S.E., Ak., MM.CA, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si, sebagai dosen pembimbing I.
5. Ibu Bunga Paramita, S.E., M.Si, sebagai dosen pembimbing II.
6. Bapak Abdul Jalal, S.E., M. Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

7. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim, sebagai pengasuh yang telah membekali saya selama mengikuti kuliah, serta staf-staf dalam lingkungan kampus Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah membantu dalam urusan administrasi.
8. Saudara-saudaraku tersayang: Sutrisno, Sutiono, Muhammad Isro Majid dan Muhammad Fahrorrozi. Semoga kita menjadi anak-anak yang sukses dan berhasil, selalu hormat dan patuh kepada orang tua, rendah hati, dan selalu bersyukur atas apa yang kita peroleh, aamiin.
9. Tuan pemilik NIM. 190461201043 yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan banyak tenaga dan pikirannya untuk saya.
10. Rahmah Fitriana, Meri Tania Ariyanto, Riska Damayanti, Lina, dan Muhammad Iltizam Syarofi yang menjadi sahabat dari awal kuliah hingga saat ini, yang sedang sama-sama berjuang dalam penyelesaian tugas akhir.
11. Rekan-rekan seangkatan dan seperjuangan yang telah selesai ataupun yang masih sama-sama berjuang.
12. Seluruh pihak yang terkait dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir (Skripsi) dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 09 Mei 2023

 Penulis.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINILITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Pembatasan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15

<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>17</b>
2.1	Kajian Pustaka.....	17
2.1.1	Teori <i>Word of Mouth</i> .....	17
2.1.2	Teori <i>Brand Awereness</i> .....	20
2.1.3	Teori Strategi <i>Marketing</i> .....	22
2.1.4	Teori Keputusan Pembelian.....	28
2.2	Review Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	39
2.5	Hipotesis.....	42
<b>★ BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....★</b>	<b>43</b>
3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	43
3.1.1	Objek Penelitian.....	43
3.1.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	43
3.2	Metode Penelitian.....	43
3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	44
3.4	Metode Penentu Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1	Populasi. ....	48
3.4.2	Sampel.....	48
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5	Prosedur Pengumpulan Data.....	50



3.5.1 Sumber Data.....	51
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Metode Analisis.....	52
3.6.1 Teknik Pengujian Instrumen.....	53
3.6.2 Paradigma Variabel.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1 PT Sumber Izumi Mas Perkasa.....	58
4.1.2. PT Bintang Indo Permai.....	60
4.1.3. PT Panca Rasa Pratama.....	61
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	63
4.2.1 Distribusi Responden.....	63
4.2.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.2.4 Hasil Penelitian.....	75
4.2.5 Hasil Nilai Indeks jawaban Responden.....	75
4.2.6 Pembahasan.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Masyarakat Kota Tanjungpinang dan Kabupaten Bintan... ..	2
Tabel 1.2	Distribusi Persentase Rumah Tangga Menurut Sumber Air Minum di Kabupaten Bintan 2019-2022.....	3
Tabel 1.3	Distribusi Persentase Rumah Tangga Menurut Sumber Air Minum di Kota Tanjungpinang 2019-2021.....	3
Tabel 2.1	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i> Pada Penelitian.....	53
Tabel 3.3	Ringkasan Uji Validitas .....	55
Tabel 3.4	Ringkasan Uji Reabilitas .....	56
Tabel 3.5	Ringkasan Inner Model .....	56
Tabel 4.1	Distribusi Responden .....	63
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Asal Kabupaten/Kota .....	65
Tabel 4.5	Identitas Responden Berdasarkan Mengetahui Atau Tidak Mengetahui Tentang Air Minum Dalam Kemasan .....	66
Tabel 4.6	Identitas Responden Berdasarkan Sudah Berapa Kali Mengonsumsi Air Minum Dalam Kemasan .....	66

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i> .....	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> .....	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	73
Tabel 4.11 Hasil Nilai Indeks Jawaban Responden .....	75
Tabel 4.12 <i>Loading</i> Faktor .....	80
Tabel 4.13 <i>Descriminate Validity (Cross Loading)</i> .....	81
Tabel 4.14 <i>Descriminate Validity (AVE)</i> .....	82
Tabel 4.15 Nilai <i>Composite Realibility</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	83
Tabel 4.16 Pengujian <i>Goods of Fit</i> .....	84
Tabel 4.17 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	85
Tabel 4.18 Hasil <i>Path Coefficient Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	88
Tabel 4.19 Hasil <i>Path Coefficient Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	90
Tabel 4.20 Hasil <i>Path Coefficient Strategi Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	93

## DAFTAR GAMBAR

<b>No Gambar</b>	<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Jumlah Masyarakat yang Mengonsumsi AMDK di Tanjungpinang-Bintan Tahun 2023.....	10
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 3.1	Paradigma Variabel.....	57
Gambar 4.1	Produk Sanford.....	58
Gambar 4.2	Produk Bestari.....	60
Gambar 4.3	Produk Ravel.....	61
Gambar 4.4	Model Struktural.....	78
Gambar 4.5	Hasil Output Calculate Algorithm Sebelum Di Hapus Indikator Yang Tidak Valid.....	78
Gambar 4.6	Hasil Output Calculate Algorithm Setelah Di Hapus Indikator Yang Tidak Valid.....	79
Gambar 4.7	Hasil Output Boostrapping.....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuisisioner Penelitian

Lampiran II. Jawaban Responden

Lampiran III. *Output* Olah Data

Lampiran IV. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner

Lampiran V. Tabel t

