

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *advertising attractiveness*, *influencer marketing*, *online customer reviews*, dan *product innovation* terhadap *purchase decision smartphone* Samsung di Indonesia melalui kerangka *Commitment-Trust Theory* (CTT). Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan software AMOS versi 26 pada 130 responden (pengguna Samsung dan pengikut BTS), studi ini menguji peran variabel *brand image*, *brand loyalty*, dan *attitude toward product*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *advertising attractiveness* dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, sementara *product innovation* menjadi faktor penentu terkuat bagi *attitude toward product*. Temuan kunci mengungkapkan bahwa *influencer marketing* (BTS) efektif memengaruhi sikap konsumen (*attitude towards product*) tetapi tidak mampu menciptakan *brand loyalty* secara signifikan. Loyalitas merek justru lebih kuat dibangun melalui kepercayaan pada ulasan pelanggan daring. Secara keseluruhan, *brand image*, *brand loyalty*, dan *attitude towards product* terbukti sebagai mediator krusial dalam *purchase decision*. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya manajemen ulasan organik dan inovasi teknologi berkelanjutan bagi produsen.

Kata Kunci: Samsung, BTS, SEM-AMOS, *Commitment-Trust Theory*, *Purchase Decision*, *Influencer Marketing*, *Product Innovation*, *Online Customer Reviews*.



SEMARANG
FEB UNDIP

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulisan tesis ini yang berjudul “**Analisis Antecedent 'Purchase Decision' Perspektif Dari Commitment Trust Theory (Ctt) Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung Di Indonesia**” dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini merupakan hasil dari proses penelitian yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Diponegoro. Dalam penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro,
2. Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menempuh dan menyelesaikan studi.
3. Bapak Mirwan Surya Perdhana, S.E., MM., Ph.D selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro,
4. Bapak Prof. I Made Sukresna, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan.
5. Dr. Kardison Lumban Batu, SE, M.Sc, sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, dan motivasi yang sangat berharga mulai dari awal penulisan hingga akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan ilmu kehidupan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pegawai Akademik pada Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan, memfasilitasi, dan membantu penulis dalam memenuhi berbagai keperluan akademik selama proses penyusunan tesis ini.

8. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner dan memberikan masukan saat proses penulisan penelitian,
9. Teman-teman satu bimbingan Dr. Kardison Lumban Batu, SE, M.Sc, Hargianti, Ira, dan Dito yang selalu memberi semangat, dukungan, dan bantuan selama ini,
10. Teman-teman Undip Angkatan 65, yang telah memberi apresiasi dan dukungan,
11. Keluarga saya, orang tua dan kakak yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, cinta, dan selalu mendukung penulis dalam bentuk apapun,
12. Anggota BTS Namjoon, Yoongi, Jin, Hoseok, Jimin, Taehyung dan Jungkook yang telah menjadi inspirasi penulis dalam menyusun penelitian ini,
13. Dan saya berterima kasih pada diri sendiri karena telah berjuang sejak awal perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan berkat, rahmat dan kasih karunia dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih memiliki kekurangan, sehingga dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan karya ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Semarang, 18 Mei 2026



Nabila Ramandini