PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP MINAT BELI PRODUK *HANDPHONE* SECARA *ONLINE*

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengunjungi dan tertarik Lazada.co.id)

THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE INTENTION HANDPHONE PRODUCT ONLINE SHOPPING

(Study on Students of University Muhammadiyah Yogyakarta that visited and intersted in Lazada.co.id)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyataran untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh

I'ZAZUL HAQ

20120410358

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : I’zazul Haq

Nomor Mahasiswa : 20120410358

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP MINAT BELI PRODUK *HANDPHONE* SECARA *ONLINE* (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammdiyah Yogyakarta yang pernah mengunjungi dan tertarik Lazada.co.id)** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustakan. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Agustus 2017

I’ZAZUL HAQ

MOTTO

Apa saja musibah yang menimpa kamu adalah disebabkan oleh perbuatan tanganmu sendiri. (asy-Syuura: 30)

Apa saja bencana yang menimpamu maka dari (kesalahan) dirimu sendiri”

(an-Nisaa: 79)

“Bukanlah kegagalan yang menjadi akhir dunia bagi kita, melainkan keputusasaanlah yang menghancurkan kita”

”Aku tidak punya aturan. Aku hanya berusaha melakukan yang terbaik, setiap saat dan setiap hari.”- Abraham Lincoln

“Jika kamu belum meraih kesuksesan, jangan pernah berhenti untuk terus mencoba.”- William Edward Hickson

“Sebuah mimpi dapat terwujud bukan karena keajaiban, melainkan karena keringat dan kerja keras.”- Colin Powel

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk mendiang Ayah saya tercinta, terimakasih untuk semua yang engkau ajarkan dalam hidup walaupun hanya sesaat, engkau adalah panutan yang selalu ingin saya tiru. Ibu, kesabaran, ketegaran dirimu yang menghadapi dan menafkahi serta menuruti semua permintaan anakmu ini yang meembuatku selalu bangga dan menyanyangimu.

Serta kalian…

1. Sahabat sekaligus keluarga di Yogyakarta. Terima kasih atas dukungan dan persahabatan yang dijalin selama ini.
2. Teman-teman Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Manajemen 2012, khususnya kelas Manjemen I Terima kasih atas dukungannya.
3. Teman-teman yang selalu mendukung penulisan skripsi: Ticha, Ragil, Kevin, Fikri, Amel, Billy, Novian, Musta'in, Irba', Gilang, Wahdiyoko, Rifqi, Alvan, Afin dan lainnya yang tidak bisa disebutkan semuanya. Matursuwun.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
INTISARI vii
ABSTRAK viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Landasan Teori 8
1. Harga 8
2. Citra Merek 10
3. Electronic word of mouth 12
4. Minat Beli 14
B. Temuan riset terdahulu 16
C. Penurunan hipotesis 18
1. Pengaruh harga, citra merek, *EWOM* tehadap minat beli……...18
2. Pengaruh harga terhadap minat beli……....19
3. Pengaruh citra merek terhadap minat beli……20
4. Pengaruh *EWOM* terhadap minat beli……..21

D. Model penelitian 22
BAB III METODE PENELITIAN 23
A. Obyek dan Subyek penelitian 23
1. Obyek 23
2. Subyek 23
B. Jenis data 23
C. Teknik Pengambilan Sampel 24
D. Teknik pengumpulan data 25
E. Definisi operasional variabel penelitian 25
F. Uji kualitas instrumen dan data 28
1. Uji Validitas 28
2. Uji Reliabilitas 28
G. Uji hipotesis dan analisis data 29
1. Uji signifikansi secara serentak (Uji F) 30
2. Uji hipotesis secara Parsial (uji t) 31
3. Koefisien determinasi R^2 31
BAB IV HASILPENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian 32
1. Gambaran Objek Penelitian 32
2. Profil Responden Penelitian 33
3. Karakteristik Responden 34
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data 35
1. Uji Validitas 35
2. Uji Reliabilitas 37
C. Hasil Uji Hipotesis 38
1. Analisis Regresi Linear Berganda 38
2. Uji F (Uji simultan) 40
3. Uji T (Uji parsial) 41
D. Pembahasan (Interpretasi) 43
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN 48
A. Simpulan 48
B. Keterbatasan Penelitian 51

C. Saran 51
DAFTAR PUSTAKA……...……53
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rincian Penyebaran Kuisioner 33
Tabel 4.2. Deskripsi Responden..... 34
Tabel 4.3 Uji Validitas Instrumen..... 36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas..... 38
Tabel 4.5 Hasil Regresi Berganda..... 38
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi..... 43
Tabel 4.7 Uji F 41
Tabel 4.8 Uji t 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian 22