

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MELALUI CITRA MEREK
(Produk Roughneck 1991 Di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, QUALITY
PERCEPTION AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE
INTENTION THROUGH BRAND IMAGE
(Roughneck Product 1991 in Yogyakarta)***



Disusun oleh:

SOFFI HARYANTI

20190410265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MELALUI CITRA MEREK**

(Produk Roughneck 1991 Di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, QUALITY
PERCEPTION AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE
INTENTION THROUGH BRAND IMAGE
(Roughneck Product 1991 in Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

SOFFI HARYANTI

20190410265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Soffi Haryanti

Nomor Mahasiswa : 20190410265

Menyatakan bawah skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK (Produk Roughneck 1991 Di Yogyakarta)”** 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 Pustaka. 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, 12 Januari 2023



MOTTO

Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu.

- Ali bin Abi Thalib

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil yang berkesan dalam hidupku akan dipersembahkan untuk orang-orang yang paling berharga disekitarku :

Ibu, Bapak, Mamah, Ayah, Mba Indah, Kakak Varo, Keluarga Besar Temanggung, Keluarga besar Tegal, Mba Ardy, Putri Surya Muliana, teman-teman kos omah bata & teman-teman kuliah, serta seseorang dengan nim 206.

Semua yang didapatkan dan dihadapi sekarang tidak jauh bagian dari doa orang-orang tersayang, Terima kasih sudah selalu menghibur, menemani, dan menguatkan hingga sampai dititik ini. Aku sayang kalian semua.

Dan yang terakhir, Terima kasih untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek (Produk Roughneck 1991 Di Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan dapat memberi masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dalam dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Nuryakin SE., MM yang dengan penuh kesabaran selalu memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian.
3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan semangat dalam proses penyusunan naskah Skripsi ini.

Penulis telah melakukan yang terbaik dalam menyusun naskah skripsi ini, namun tentu saja masih terdapat kekurangan dalam penyusunan ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat berarti bagi penulis. Dengan ini penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan untuk semuanya.

Yogyakarta, 12 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Soffi Haryanti', is written over a light blue rectangular background.

Soffi Haryanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Objek dan Subjek Penelitian	33
B. Jenis Data	33
C. Tehnik Pengambilan Sampel.....	34

D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
F. Uji Kualitas Instrumen	39
G. Alat Analisis & Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian	50
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	64
C. Hasil Penelitian	74
D. Pembahasan.....	91
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	102
A. Simpulan	102
B. Keterbatasan Penelitian.....	103
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar merek terlaris pada event shopee	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3 Goodness of Fit Indices	48
Tabel 4.1 Rincian Pendistribusian Kuesioner	51
Tabel 4.2 Crosstabulation karakteristik responden	52
Tabel 4.3 Tanggapan mengenai Electronic word of mouth	56
Tabel 4.4 Tanggapan mengenai Persepsi kualitas	58
Tabel 4.5 Tanggapan mengenai Persepsi harga	60
Tabel 4.6 Tanggapan mengenai Citra merek	61
Tabel 4.7 Tanggapan mengenai Minat beli	63
Tabel 4.8 Uji CFA Electronic word of mouth	65
Tabel 4.9 Uji CFA Persepsi kualitas	667
Tabel 4.10 Uji CFA Persepsi harga	68
Tabel 4.11 Uji CFA Citra merek	69
Tabel 4.12 Uji CFA Minat beli	70
Tabel 4.13 Uji CR setiap variabel penelitian	71
Tabel 4.14 Hasil Uji CFA dan Uji CR	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Outliers	79
Tabel 4.17 Identifikasi model struktural	80

Tabel 4.18 Hasil Uji Goodness of Fit	81
Tabel 4.19 Hasil antar variabel	85
Tabel 4.20 Standardized Direct Effect	89
Tabel 4.21 Standardized Indirect Effect.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Grafik pembelian produk lokal di Indonesia tahun 2021	1
Gambar 1.1 Grafik penelusuran web produk lokal di Indonesia tahun 2021	1
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Hasil Uji CFA Electronic word of mouth	65
Gambar 4.2 Hasil Uji CFA Persepsi kualitas	66
Gambar 4.3 Hasil Uji CFA Persepsi harga	67
Gambar 4.4 Hasil Uji CFA Citra merek	69
Gambar 4.5 Hasil Uji CFA Minat beli	70
Gambar 4.6 Diagram jalur	76
Gambar 4.7 Persamaan struktural	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2: Crosstabulation Karakteristik Responden	116
Lampiran 3: Statistik deskriptif.....	116
Lampiran 4: Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	119
Lampiran 5: Hasil Uji Construct Reliability (CR)	123
Lampiran 6: Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis dan Uji Construct Reliability	124
Lampiran 7: Full Model SEM (persamaan struktural).....	125
Lampiran 8: Uji Normalitas	125
Lampiran 9: Pengujian Outliers	126
Lampiran 10: Identifikasi Model Struktural	130
Lampiran 11: Uji Hasil Goodness of Fit	131
Lampiran 12: Hasil Pengujian hipotesis antar variabel	132
Lampiran 13: Standardized Direct Effect	133
Lampiran 14: Standardized Indirect Effect	133
Lampiran 15: Hasil Turnitin.....	133