

**PENGARUH *E-WOM*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PENGGUNA J&T MELALUI MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

***THE EFFECT OF E-WOM, BRAND IMAGE, PRODUCT  
QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE  
DECISIONS ON J&T USERS THROUGH PURCHASE  
INTEREST AS INTERVENING VARIABLES***



Disusun Oleh :

**Zakkiatul Khaerani**

**20190410052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

**PENGARUH *E-WOM*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PENGGUNA J&T MELALUI MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

***THE EFFECT OF E-WOM, BRAND IMAGE, PRODUCT  
QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE  
DECISIONS ON J&T USERS THROUGH PURCHASE  
INTEREST AS INTERVENING VARIABLES***

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh :

**Zakkiatul Khaerani**

**20190410052**

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

**2023**

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Zakkiatul Khaerani

Nomor Induk Mahasiswa : 20190410052

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH E-WOM, BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA J&T MEMALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**" 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, 03 Maret 2023



Zakkiatul Khaerani

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

*Ibu dan Ayah tercinta*

*Sebagai hasil kerja keras, do'a dan dukungan yang selama ini tak ada hentinya*

*Seluruh keluarga besar,*

*Yang selalu memberi masukan, mendukung dan mendo'akan*

*Sahabat dan teman-teman tersayang,*

*Yang selalu siap membantu saya ketika saya membutuhkan bantuan*

*Dan*

*Almamaterku,*

*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

## KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan kuasa-Nya Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *e-wom*, *brand image*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna J&T melalui minat beli sebagai variabel *intervening*”. 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 masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberi ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

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

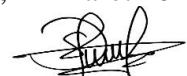
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bapak Prof. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP yang telah memberikan kemudahan terhadap penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen FEB UMY.
3. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan, bimbingan, dan ilmu selama proses penyelesaian skripsi. terimakasih karena selalu memberikan bimbingan yang terbaik berupa motivasi dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini. Serta tiada henti untuk mendukung agar selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu diberikan keberkahan dan perlindungan dari Allah SWT.

4. Orang tua saya Ibu Nursusilawati dan Ayah M.Zulfadli yang sangat penulis cintai dan sayangi, yang selalu memberikan saran, nasihat dan masukan demi kebaikan penulis, dan juga selalu memberikan semangat, dukungan, serta do'a dan restu yang tiada henti untuk penulis.
5. Program Studi Manajemen sebagai tempat peneliti menimba ilmu selama mengemban amanah sebagai seorang mahasiswa. Peneliti mendapatkan banyak sekali ilmu baik dunia maupun akhirat, mendapatkan pengalaman yang insyaallah nantinya akan dapat bermanfaat ketika peneliti sudah lulus dari dunia perkuliahan. Allahumma Aamiin.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan perhatian dan ilmu-ilmu yang bermanfaat. Segenap staff dan karyawan di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu dan selalu memberikan layanan terbaik.
7. Rismananda Putri Salsabila dan Difa' Fathimah Susilo sebagai teman terdekat yang selalu menemani, memberi semangat kepada peneliti untuk senantiasa bersemangat dan tidak mudah berputus asa dalam proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh Mahasiswa Program Studi Manajemen 2019 yang selalu kompak untuk saling membantu dan memberikan semangat, serta saling membantu dalam menyelesaikan studinya. Semoga teman – teman selalu diberikan kemudahan dalam segala urusannya dan selalu mendapatkan perlindungan dari Allah SWT.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu apabila terdapat kritik dan saran dalam penulisan skripsi peneliti akan sangat berterimakasih dan menjadikannya bahan untuk lebih baik lagi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 24 Maret 2023



Zakkiatul Khaerani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>E-WOM</i> .....	8
2. <i>Brand Image</i> .....	8
3. Kualitas Produk .....	9
4. Persepsi Harga .....	9
5. Minat Beli.....	9
6. Keputusan Pembelian .....	10
B. Penelitian Terdahulu .....	11

C. Pengembangan Hipotesis .....	14
D. Model Penelitian .....	22
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	24
B. Jenis Data .....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel.....	26
F. Uji Kualitas Instrumen .....	28
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	30
1. Analisis Deskriptif.....	30
2. Pengujian Hipotesis .....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	38
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	44
C. Hasil Penelitian .....	51
D. Pengujian Hipotesis.....	60
E. Pembahasan (Interpretasi ).....	68
<b>BAB V.....</b>	<b>78</b>
<b>SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN.....</b>	<b>78</b>
<b>SARAN.....</b>	<b>78</b>
A. Simpulan .....	78
B. Keterbatasan Penelitian .....	81
C. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>87</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
Tabel 3. 3 Goodness Of fit Index.....	37
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	40
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Usia.....	41
Tabel 4. 4 Pendidikan Akhir.....	42
Tabel 4. 5 Pekerjaan.....	42
Tabel 4. 6 Pendapatan.....	43
Tabel 4. 7 Jumlah banyak pengguna jasa pengiriman J&T.....	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 10 Interpretasi Kelas Interval.....	47
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel E-WOM.....	48
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image.....	48
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	49
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	50
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Outliers.....	56
Tabel 4. 19 Identifikasi Model Struktural.....	57
Tabel 4. 20 Menilai Goodness of Fit.....	57
Tabel 4. 21 Hubungan antar variabel.....	60
Tabel 4. 22 Pengaruh Langsung.....	65
Tabel 4. 23 Pengaruh Tidak Langsung.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengiriman J&T .....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Persamaan Struktural (Diagram Jalur) .....	52
Gambar 4.2 Persamaan Struktural (Konversi Diagram Alur) .....	53
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Klasifikasi Responden.....	91
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	93
Lampiran 5 Persamaan Struktural.....	95
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	96
Lampiran 7 Uji Mahalanobis Outlier.....	97
Lampiran 8 Computation of degress of Freedom.....	100
Lampiran 9 Uji Goodness Of Fit Indeks.....	100
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	101
Lampiran 11 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	102