

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP MINAT BELI IPHONE**

**(Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkecwara
(ABM) Malang)**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

FERDYAN DWI AGUNG PRAMANA

Nomor Pokok : K.2015.4.33530

Jurusan : MANAJEMEN

Program Studi : MARKETING

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKECWARA**

MALANG

2020

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP MINAT BELI I PHONE

Oleh :

FERDYAN DWI AGUNG PRAMANA

K.2015.4.33530

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 Maret 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. NUNUNG NURASTUTI UTAMI, SE., M.Si.

Mengetahui,

Rektor IAIN Malangkuçeçwara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.18206



SURAT KETERANGAN RISET
Nomor: 0128-8/BAAK/II/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Lindananty, M.M
Jabatan : Kaprodi Manajemen
NIK : 202.710.194

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ferdyan Dwi Agung Pramana
NPK : K.2015.4.33530
Program Studi : Manajemen
Mahasiswa : STIE Malangkuçęwara Malang

Telah melakukan pengumpulan data dari Mahasiswa STIE Malangkuçęwara sebagai data skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli iPhone" dengan dosen pembimbing Dr. Nunung Nurastuti Utami, M.Si.

Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sesuai dengan keperluan.



Malang, 12 Februari 2020,
Kaprodi Manajemen
Dra. Lindananty, M.M.
NIK. 202.710.194

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi di batalkan serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 09/02/2020

Mahasiswa



NPK:K.2015.4.33530



Scanned with
CamScanner

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada ibu Dr. NUNUNG NURASTUTI,SE.,M.Si. , selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada pihak STIE MALANGKUCEWARA yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data.
5. Sahabat-sahabat Adit, Rezky, Tyo, Deden, Sidharta, Ivan, Raffi, Alfian, Putri, Dendi, Bambang, Deny, Claudia, Ferdyan dan Ferdi, sugi winata, ega alanda dan teman-teman picabo yang lainnya terima kasih telah menjadi sahabat terbaik bagi peneliti yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta doa hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Teman-teman UKM Kesenian yang telah mendukung dan memberikan semangat hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar
7. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca

Malang, 14 Maret 2020

(Ferdyan dwi agung pramana)

ABSTRAKSI

Perkembangan industri Smartphone di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan yang besar. Semua golongan masyarakat dari bawah sampai ke atas dapat menggunakan smartphone dalam berbagai keperluan, baik untuk urusan bisnis, keluarga, atau keperluan lainnya. Smartphone saat ini dilengkapi dengan berbagai pilihan fitur yang canggih seperti radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio (MP3) dan video, kamera digital, game, layanan internet, menerima email dan media sosial..

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis variabel kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Beli Iphone pada Mahasiswa STIE Malangkucecwara Malang seluruh mahasiswa di STIE Malangkucecwara angkatan 2013-2017 dengan jumlah 635 mahasiswa. Teknik penentuan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 60 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WoM) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat pembelian *iphone* pada STIE Malangkucecwara Malang. Nilai *Ajusted R Square* sebesar 0,543 menunjukkan bahwa 54,3% variabel Minat beli mampu dijelaskan oleh variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WoM) sedangkan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, *Electronic Word of Mouth*

ABSTRACT

The development of the Smartphone industry in Indonesia is currently experiencing a large increase. All groups of people from the bottom up can use a smartphone in a variety of purposes, whether for business, family, or other purposes. Today's smartphones are equipped with a variety of sophisticated features such as radio and television, audio and video player software (MP3), digital cameras, games, internet services, receiving e-mail and social media.

The purpose of this study was to analyze the variables of Product quality, Price, Brand Image, and Electronic Word Of Mouth influence on the Buy Interest of Iphone in Malangkececwara STIE Malang students of all STIE Malangkececwara class of 2013-2017 with a total of 635 students. The technique of determining the sample is using purposive sampling. So the number of samples taken in this study were 60 respondents. Data analysis techniques used multiple linear regression, F test and t test.

The results of the research prove that Brand Image, Product Quality, Price, and Electronic Word of Mouth (E-WoM) partially and simultaneously have a significant effect on the interest in buying iPhone at STIE Malangkececwara Malang. Adjusted R Square value of 0.543 indicates that 54.3% of the variable purchase interest can be explained by the variable Brand Image, Product Quality, Price, and Electronic Word of Mouth (E-WoM) while the remaining 45.7% is influenced by other variables outside the variable under study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Electronic Word of Mouth

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH** (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkececwara). Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi : pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth terhadap minat beli iPhone. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 14 Maret 2020

Penulis,

Ferdyan Dwi Agung Pramana

DAFTAR ISI

<i>TANDA PERSETUJUAN</i>	<i>ii</i>
<i>CURRICULUM VITAE</i>	<i>iii</i>
ABSTRAKSI.....	iv
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Kualitas Produksi	12
1. Pengertian Kualitas Produksi	12
2. Dimensi Kualitas Produksi	14
2.2.2 Harga.....	17
1. Pengertian Harga	17
2. Persepsi Harga	18
3. Persepsi Harga Terhadap Nilai	18
2.2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	

	1. Pengertian Citra Merek.....	19
	2. Manfaat <i>Brand Image</i>	20
	3. Komponen <i>Brand Image</i>	22
	2.2.4 <i>Electronic Word of Mouth (WOM)</i>	26
	1. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (WOM)</i> .	26
	2. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth (WOM)</i>	27
	2.2.5 Minat Beli	32
	1. Pengertian	32
	2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.	34
	2.2.6 Pengaruh Kualitas Produksi, Harga, Citra Merek dan WOM Terhadap Minat Beli.....	37
	2.3 Hipotesis Penelitian ^{vii}	41
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	3.1 Jenis Penelitian	42
	3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
	3.3 Populasi dan Sampel	44
	3.4 Jenis dan Sumber Data	46
	3.5 Metode Pengumpulan Data	46
	3.6 Metode Analisis Dan Hipotesis.....	47
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	55
	1. Diskripsi Responden	56
	4.2 Gambaran Variabel Yang Diteliti	59
	1. Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (X1)	58
	2. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)	59
	3. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X3)	61
	4. Distribusi Frekuensi Variabel Electronic Word of Mounth (X4)	61
	5. Minat Beli (Y).....	62
	4.3 Analisis Data	63
	4.3.1 Pengujian Asumsi Klasik Ekonometri	64
	1. Uji Multikolinieritas.....	63

2. Uji Heterokedastisitas	64
3. Uji Autokorelasi.....	67
4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....	69
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	71
4.4 Hasil Penelitian	72
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	56
4.2 Usia Responden	57
4.3 Identitas responden berdasarkan Program Studi	58
4.4 Distribusi Frekwensi <i>Variabel Citra Merek (X1)</i>	59
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)	60
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X3).....	61
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Electonic Word of Mounth (X4	62
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)	63
4.9 Nilai Tolerance dan VIF	64
4.10 Pedeteksian <i>Heterokedastisitas</i>	66
4.11 Pedeteksian Normalitas	68
4.12 Rekapitulasi Hasil Uji Korelasi Berganda Antar Variabel Bebas dengan Variabel Terikat	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Hipotesis	40
4.1 Uji Heterokedastisitas	65
4.2 Klasifikasi Nilai <i>Durbin-Watson</i> (D	
4.3 $-W$).....	67