

# SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP MINAT BELI  
MOBIL BEKAS DI SHOWROOM IMAN MOTOR JOMBANG**



Oleh :

**GERI PRIO SAMBODO**  
**NBI : 1211900340**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP MINAT BELI  
MOBIL BEKAS DI SHOWROOM IMAN MOTOR JOMBANG**



Oleh :

**Geri Prio Sambodo**

**NBI : 1211900340**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Geri Prio Sambodo

NBI : 1211900340

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Bekas di Showroom Iman Motor Jombang

Surabaya, 11, Juni, 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



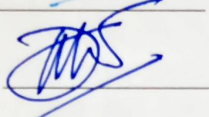


Dr. Nanis Susanti, MM

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 27 Juni 2023

### TIM PENGUJI

- |                                       |           |  |
|---------------------------------------|-----------|--|
| 1. Dr. Nanis Susanti, MM.             | - Ketua   |   |
| 2. Drs. Ec. Istiono, MBA.             | - Anggota |  |
| 3. Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM. | - Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

D e k a n ,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.si., Ak., CA.

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Geri Prio Sambodo
2. NBI : 1211900340
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3517152903010005
6. Alamat Rumah (KTP) : Dsn Jember, RT/RW 003 002, Ds Kampung Baru, Kec Plandaan, Kab Jombang.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Bekas di Showroom Iman Motor Jombang”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya

Surabaya, 27 Juni 2023



(Geri Prio Sambodo)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Geri Prio Sambodo  
NBI/ NPM : 1211900340  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI MOBIL BEKAS DI SHOWROOM IMAN MOTOR JOMBANG“**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada tanggal : 20 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Geri Prio Sambodo)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Bekas di Showroom Iman Motor Jombang” dengan rasa kebanggaan.

Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini, yang saya tujukan kepada:

1. Dr. Nanis Susanti, MM. Selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses pelaksanaan dan penulisan pada skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Pristiana, M. Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian ini.
3. Prof. Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan.
4. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan Pendidikan ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pelajaran, serta pengalaman yang begitu berharga untuk saya
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Yang telah membantu memfasilitasi saya dalam proses perkuliahan saya.
7. Seluruh keluarga saya khususnya kedua orang tua saya Bapak Nur Kholis dan Ibu Maria Kristina yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada saya setiap harinya agar mampu menyelesaikan Pendidikan ini.
8. Teruntuk sahabat – sahabat saya. Rafli, Dewa, Iqbal dan Harvy yang menjadi tempat saya untuk berbagi cerita dalam senang maupun duka.

9. Teruntuk Fahmi, Bella, dan Anwar sebagai rekan seperjuangan dalam perkuliahan yang selalu menyemangati dan berjuang bersama sama sampai akhir skripsi ini.
10. Teruntuk diri saya sendiri yang sanggup berjuang sampai akhir ini.  
Atas kesadaran saya bahwa adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Saya berharap semoga hasil tulisan dalam bentuk skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih

Surabaya, 11 Juni 2023



Gerri Prio Sambodo



## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Bekas di Showroom Iman Motor Jombang**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli mobil bekas di Iman Motor Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Iman Motor Jombang yang memiliki minat beli terhadap mobil bekas. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan sampel yang berjumlah 100 responden. Metode dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Uji instrument yang digunakan pada penelitian ini ialah uji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan pengujian hipotesis menggunakan uji t, dan uji F. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen di Iman Motor Jombang. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil bekas di showroom Iman Motor Jombang. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil bekas di showroom Iman Motor Jombang. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil bekas di showroom Iman Motor Jombang. *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil bekas di showroom Iman Motor Jombang. kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan *electronic word of mouth* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli mobil bekas di showroom Iman Motor Jombang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli

## ABSTRACT

### ***Effects of Product Quality, Perceived Price, and Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Concerning Interest in Buying a Used Car at the Iman Motor Jombang Showroom***

*This study aims to determine the effect of product quality, price perceptions, and electronic word of mouth on the interest in buying a used car at Iman Motor Jombang. The population in this study are consumers of Iman Motor Jombang who have an interest in buying used cars. The technique used in this research is nonprobability sampling with a sample of 100 respondents. The method of collecting data used in this study is a questionnaire. Data processing in this study used IBM SPSS Statistics 25. Instrument tests used in this study were validity and reliability tests. The data analysis used is multiple linear regression analysis and the coefficient of determination ( $R^2$ ), and hypothesis testing using,  $t$  test, and  $F$  test. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on consumer buying interest in Iman Motor Jombang. Product quality has a significant effect on the intention to buy a used car at the Iman Motor Jombang showroom. Price perception has a significant effect on the intention to buy a used car at the Iman Motor Jombang showroom. Price perception has a significant effect on the intention to buy a used car at the Iman Motor Jombang showroom. electronic word of mouth significant effect on the interest in buying used cars in the Iman Motor Jombang showroom. product quality ( $X_1$ ), price perception ( $X_2$ ), and electronic word of mouth ( $X_3$ ) simultaneously influences the interest in buying used cars in the Iman Motor Jombang showroom.*

*Keywords : Product Quality, Perceived Price, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention*

## RINGKASAN

Penjualan mobil bekas mengalami peningkatan yang begitu signifikan pasca pandemi COVID-19. Sebagian besar masyarakat mengalami penurunan daya beli akibat pandemi, sehingga mereka memilih untuk membeli mobil bekas yang harganya lebih terjangkau dibandingkan mobil baru. Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, dan *electronic word of mouth* pada minat beli konsumen di Iman Motor Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, dan *electronic word of mouth* pada minat beli konsumen di Iman Motor Jombang.

Penelitian ini dilakukan di showroom Iman Motor Jombang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan konsumen di Iman Motor Jombang dengan teknik sampling *nonprobability sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berasal dari data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan pengujian hipotesis menggunakan, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

Hasil dari koefisien determinasi atau  $R^2$  adalah sebesar 0,246. Sehingga dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan *electronic word of mouth* (X3) terhadap variabel minat beli (Y) adalah sebesar 24,6% dan 76,4% sisanya dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk (X1) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,015 < 0,05$ , berdasarkan hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Sedangkan variabel persepsi harga (X2) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,042 < 0,05$ , berdasarkan hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Dan *electronic word of mouth* (X3) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,044 < 0,05$ , berdasarkan hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa

*electronic word of mouth* (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Hasil uji F pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana nilai tersebut masih dibawah 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan *electronic word of mouth* (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y).

Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di Iman Motor Jombang. Persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di Iman Motor Jombang. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di Iman Motor Jombang. Kualitas produk, persepsi harga, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli di Iman Motor Jombang.

## SUMMARY

*Sales of used cars have increased significantly after the COVID-19 pandemic. Most people have experienced a decline in their purchasing power due to the pandemic, so they choose to buy used cars that are more affordable than new cars. The problems examined in this study are whether there is influence from product quality, price perceptions, and electronic word of mouth on consumer buying interest in Iman Motor Jombang. This study aims to determine and analyze the influence of product quality, price perceptions, and electronic word of mouth on consumer buying interest in Iman Motor Jombang.*

*This research was conducted in the Iman Motor Jombang showroom. The number of samples in this study were 100 respondents who were consumers at Iman Motor Jombang with a sampling technique nonprobability sampling. The type of data used is quantitative data derived from primary data with data collection methods using questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis and test the coefficient of determination ( $R^2$ ) by testing the hypothesis using, partial test ( $t$  test), and simultaneous test ( $F$  test).*

*The result of the coefficient of determination or  $R^2$  is equal to 0.246. So it can be interpreted that the magnitude of the influence of product quality variables ( $X_1$ ), price perceptions ( $X_2$ ), and electronic word of mouth ( $X_3$ ) to the buying interest variable ( $Y$ ) is 24.6% and the remaining 76.4% is influenced by several other factors. The results of the  $t$  test in this study indicate that product variation ( $X_1$ ) has a significant value of  $0.015 < 0.05$ , based on this,  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, so it can be concluded that product quality ( $X_1$ ) has a significant effect on purchase intention ( $Y$ ). While the price perception variable ( $X_2$ ) has a significant value of  $0.042 < 0.05$ , based on this,  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted, so it can be concluded that perceived price ( $X_2$ ) has a significant effect on buying interest ( $Y$ ). And electronic word of mouth ( $X_3$ ) has a significant value of  $0.044 < 0.05$ , based on this,  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted, so*

*it can be concluded that electronic word of mouth (X3) has a significant effect on buying interest (Y). The results of the F test in this study obtained a significance value of 0.000 which is still below 0.05, then H0 is rejected and Ha is accepted, so that the independent variables consist of product quality (X1), price perception (X2), and electronic word of mouth (X3) simultaneously has a significant influence on buying interest (Y).*

*Based on the results of this study it was concluded that product quality has a significant influence on purchase intention at Iman Motor Jombang. Perceived price has a significant influence on buying interest at Iman Motor Jombang. Electronic word of mouth has a significant influence on buying interest in Iman Motor Jombang. Product quality, price perception, and electronic word of mouth has a simultaneous influence on buying interest in Iman Motor Jombang.*

## Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI .....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
RINGKASAN .....	xi
SUMMARY .....	xiii
Daftar Isi.....	xv
Daftar Gambar.....	xx
Daftar Tabel .....	xxi
Daftar Lampiran .....	xxii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Filosofi pemasaran .....	7
2.1.3 Fungsi pemasaran.....	8

2.1.4	Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.4.1	Pengertian manajemen pemasaran .....	8
2.1.5	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	9
2.1.6	Kualitas Produk.....	10
2.1.6.1	Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.6.2	Indikator / Dimensi Kualitas Produk.....	10
2.1.7	Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ) .....	11
2.1.7.1	Pengertian Persepsi Harga.....	11
2.1.7.2	Indikator / Dimensi Persepsi Harga.....	12
2.1.7.3	Strategi Penentuan Harga .....	12
2.1.7.4	Tujuan Penetapan Harga .....	12
2.1.8	Electronic Word Of Mouth (e-Wom).....	13
2.1.8.1	Pengertian Electronic Word Of Mouth (e-Wom).....	13
2.1.8.2	Indikator /Dimensi Electronic Word Of Mouth (e-Wom).....	14
2.1.9	Minat Beli.....	15
2.1.9.1	Pengertian Minat Beli.....	15
2.1.9.2	Indikator / Dimensi Minat beli .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu .....	15
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	17
2.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	17
2.2.2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	17
2.2.3.	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli .....	18
2.2.4.	Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan <i>E-(WOM) Electronic Word Of Mouth</i> , secara simultan terhadap minat beli.....	18
2.4	Kerangka Konseptual .....	19
2.5	Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III.....		21
METODOLOGI PENELITIAN.....		21



3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	21
3.3 Jenis dan Sumber data .....	21
3.3.1 Jenis Data .....	21
3.3.2 Sumber Data.....	22
3.4 Populasi dan Sample .....	22
3.4.1. Populasi .....	22
3.4.2. Sampel.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Oprasional .....	24
3.6.1. Definisi Variabel .....	24
3.6.2. Definisi Operasional.....	24
3.7 Proses Pengolahan Data .....	27
3.8 Metode Analisis Data.....	28
3.8.1. Uji Instrumen .....	28
3.8.1.1 Uji Validitas .....	28
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.8.2. Uji Asumsi Klasik .....	29
3.8.2.1 Uji Normalitas .....	29
3.8.2.2 Uji Multikolinieritas.....	29
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	30
3.9.1. Analisis Data .....	30
3.9.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.9.1.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	30
3.9.2. Teknik Pengujian Hipotesis .....	30
3.9.2.1 Uji t (Parsial) .....	30

3.9.2.2 Uji F (Simultan) .....	31
BAB IV .....	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	33
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden .....	34
4.2.1.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	34
4.2.1.2 Deskripsi Berdasarkan Usia Responden.....	34
4.2.1.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	35
4.2.1.4 Deskripsi Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden .....	35
4.3 Metode Analisis Data .....	36
4.3.1 Uji Instrumen .....	36
4.3.1.1 Uji Validitas .....	36
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	38
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	38
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas .....	39
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	40
4.4 Analisis Data .....	41
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
4.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
4.5 Pengujian Hipotesis.....	43
4.5.1 Uji Parsial (Uji-t).....	43
4.5.2 Uji Simultan (Uji-F).....	44
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	44
4.6.1 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli .....	44
4.6.2 Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli .....	45

4.6.3 Pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap minat beli.....	45
4.6.4 Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap minat beli.....	45
4.7 Implikasi Penelitian.....	46
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	46
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran.....	49
Daftar Pustaka .....	51
Lampiran 1 Kuesioner.....	57
Lampiran 2 Data Diolah.....	61
Lampiran 3 Hasil Penelitian.....	71
Lampiran 4 Kartu Bimbingan .....	83
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	85
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	87

### **Daftar Gambar**

Gambar 2. 1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	10
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	19
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	33
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P Plot.....	39
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40

### Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian .....	24
Tabel 3. 2 Devinisi Operasional Variabel .....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	36
Tabel 4. 5 Hasil Dari Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Dari Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Dari Multikolinieritas .....	39
Tabel 4. 8 Hasil Dari Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Dari Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
Tabel 4. 10 Hasi Daril Uji t (Parsial) .....	43
Tabel 4. 11 Hasil Dari Uji F (Simultan).....	44

## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1 Kuesioner.....	57
Lampiran 2 Data Diolah.....	61
Lampiran 3 Hasil Penelitian.....	71
Lampiran 4 Kartu Bimbingan .....	83
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	85