

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN OJEK *ONLINE GOJEK*  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***EFFECT OF PRICE PERSEPTION, BRAND IMAGE AND WORD OF MOUTH  
TO THE PURCHASING DECISION OF OJEK *ONLINE GOJEK* SERVICE  
(Study on Student Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**FADIL ABDI**

**20140410077**

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

**2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini Saya,

Nama : Fadil Abdi

Nomor Mahasiswa : 20140410077

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Ojek Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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, 20 Juli 2019



## PERSEMBAHAN

Pertama mengucapkan syukur Alhamdulillah, dengan bangga skripsi ini kupersembahkan untuk .....

1. Ibundaku Irawati yang telah melahirkanku dan merawatku dari kecil hingga dewasa seperti sekarang ini tanpa mengenal lelah sedikitpun dan memberikan pendidikan dengan kasih sayang yang sangat tulus.
2. Ayahandaku Zamzami Abbas yang telah merawatku dari kecil hingga dewasa seperti sekarang ini dan banyak memberikan pengorbanan baik dalam materi maupun waktunya serta kasih sayang yang tak terhingga.
3. Kakandaku Sawitri Dwi Rahayu yang telah banyak sekali memberi dukungan serta masukan, mendoakan serta memberikan solusi di dalam kehidupanku.
4. Adinda Humairoh Azzahrah, Mawaddah Azzahrah, Meutia Zahrah, Ahmad Qayyim, dan Sarah Fatiah Zahrah yang selalu memberikan dukungan dan yang selalu kurindukan.
5. Nenek, Paman, Bibi, Om, Tante, Kakak, Adek, dan Saudara-saudaraku yang selalu memberikan doa, bantuan dan dukungan kepadaku.
6. Moch Rizki Cahya Permana, M. Novian Bahar, Herru Agasi, Meldy Saputra, Sarandi Brocin, Roni Handika, Muhammad Faiz, M Arief Jaya, Teman-teman Kost Kresna, Teman-teman Manajemen B, Teman-teman KKN 150, serta seluruh orang-orang terdekat yang selalu ada untukku,

menemani, memberikan semangat, dorongan dan perhatian semasa perkuliahan ini yang tidak bisa disebutkan disini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Ojek *Online* Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberi masukan bagi perusahaan khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan harga yang akan didapatkan oleh konsumen, serta meningkatkan citra perusahaan agar konsumen dapat merasakan kepuasan sehingga menimbulkan promosi dari mulut ke mulut yang akan menimbulkan keputusan pembelian bagi konsumen. Karya tulis ini juga diharapkan dapat menjadi acuan guna pengembangan pada peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak sekali terimakasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah

memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan arahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, M.M., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis skripsi ini.
4. Saudaraku serta Teman-temanku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Sebagai akhir kata tidak ada manusia yang sempurna karena kesempurnaan sesungguhnya hanya milik Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik penelitian ini.

Yogyakarta, 30 Juli 2018

Fadil Abdi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	vxi
LAMPIRAN .....	xvii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. Keputusan Pembelian .....	8
2. Persepsi Harga .....	10
3. Citra Merek .....	13

	4. <i>Word of Mouth</i> .....	15
	B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
	C. Penurunan Hipotesis .....	20
	D. Model Penelitian .....	23
BAB III	METODE PENELITIAN .....	25
	A. Objek dan Subjek Penelitian .....	25
	B. Jenis Data .....	25
	C. Teknik Pengambilan Sampel .....	26
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	26
	E. Definisi Operasional Variabel .....	27
	F. Uji Kualitas Instrumen .....	29
	1. Uji Validitas .....	29
	2. Uji Reliabilitas .....	29
	G. Uji Hipotesis dan Analisa Data .....	30
	1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	30
	2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	30
	3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	31
	4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	33
	A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	33
	B. Karakteristik Responden .....	34
	C. Uji Kualitas Instrumen .....	37
	1. Uji Validitas .....	37
	2. Uji Reliabilitas .....	38
	D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	39
	E. Pembahasan .....	42
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	50



A. Simpulan .....	51
B. Keterbatasan Penelitian .....	51
C. Saran .....	51
1. Bagi Perusahaan .....	52
2. Bagi Akademik .....	52
3. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jasa Transportasi Online .....	4
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i> .....	27
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel .....	28
Tabel 4.1. Umur Responden .....	35
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	35
Tabel 4.3. Fakultas Responden .....	36
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	37
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	39
Tabel 4.6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian .....	23
------------------------------------	----

## **LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian .....	58
LAMPIRAN 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
LAMPIRAN 3. Karakteristik Responden .....	65
LAMPIRAN 4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	67