

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI
(Studi Pada *Coffee Shop* Ingat Kopi Sorong)**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



NUR FAIDA

No. Mhs. 111801179

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI
(Studi Pada *Coffee Shop* Ingat Kopi Sorong)**

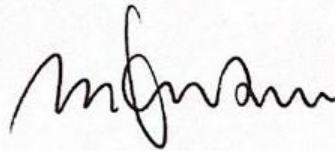
Diajukan oleh :

Nur Faida
No. Mhs. 111801179

Yogyakarta, 25 Juli 2022

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Drs. Eka Sudarusman, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
***BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI**
(Studi Pada *Coffee Shop* Ingat Kopi Sorong)

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 25 Juli 2022

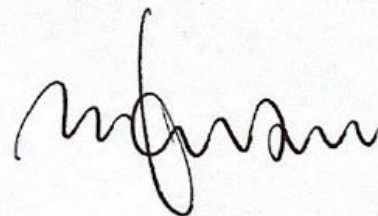
Yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

Anggota



Drs. Eka Sudarusman, M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada *Coffee Shop* Ingat Kopi Sorong)” dan diajukan untuk di uji pada tanggal 18 Juli 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan dan sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

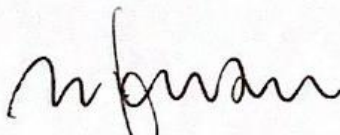
Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 25 Juli 2022

Yang memberi pernyataan

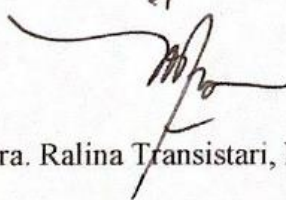

Nur Faída

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji skripsi.



Drs. Eka Sudarusman, M.M.

Saksi2, sebagai ketua penguji skripsi.



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jika sebuah jendela kesempatan muncul, jangan turunkan tirainya”

(Tom Peters)

If somebody offers you an amazing opportunity but you are not sure you can do it,

say yes – then learn how to do it later!

(Richard Branson)

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Bapak saya tersayang, Salamun.

Mama saya tersayang, Sholia.

Kakak saya tercinta, Devi.

Terimakasih untuk setiap doa, nasihat, dan dukungan yang telah kalian berikan.

Terimakasih atas dukungan sejauh ini sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul *PENGARUH PRICE DISCOUNT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Coffee Shop Ingat Kopi Sorong)*.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, motivasi, dan perhatian dari pihak lain baik itu secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
2. Drs. Eka Sudarusman, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penyusunan skripsi
3. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta atas segala ilmu yang pernah diberikan.
4. Seluruh staf dan karyawan jurusan Manajemen yang telah membantu dan mempermudah saya selama mengikuti perkuliahan dan melakukan penelitian.
5. Kak Imang selaku pemilik usaha *Coffee shop* Ingat Kopi yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

7. Kakak, adik, dan ponakan saya. Kak Agil, Ayu, Daffa, Piyu, Yumi, yang telah memberi dukungan, membuat mood saya bagus dan memotivasi saya mengerjakan tugas saya.
8. Didi Wirasanjaya Aji yang menjadi penyemangat, dukungan, motivasi, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Aprilia Nevada, Juwida Lestari dan teman-teman seperjuangan lainnya yang banyak sekali membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini hingga selesai.

Harapan saya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi khususnya saya sendiri dan juga pembaca.

Yogyakarta, 25 Juli 2022

Peneliti

Nur Faida

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price discount*, *electronic word of mouth* dan *brand awareness* terhadap minat beli. Sampel dalam penelitian ini adalah *followers coffee shop* Ingat Kopi Sorong. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 59 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Program IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan *brand awareness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Price Discount, Electronic Word of Mouth, Brand Awareness, Minat Beli*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price discount, electronic word of mouth and brand awareness on purchase interest. The sample in this study were followers of the coffee shop, Ingat Kopi Sorong. The sampling technique used is the Non-Probability Sampling technique with purposive sampling method with the total of 59 respondents. Data analysis used multiple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics 25 program. The results showed that price discount had a positive and significant effect on purchase intention, electronic word of mouth had a positive and significant effect on purchase intention, and brand awareness had a negative and significant effect on purchase intention.

Keywords: *Price Discount, Electronic Word of Mouth, Brand Awareness, Purchase Intention.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ivv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI DAN RUMUSAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Potongan Harga (<i>Price Discount</i>)	9
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	10
2.1.3 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	11

2.1.4 Minat Beli.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Perumusan Hipotesis.....	15
2.3.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> dan Pembentukan Minat Beli.....	15
2.3.2 Pengaruh <i>E-Word of Mouth</i> terhadap Pembentukan Minat Beli.....	16
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Pembentukan Minat Beli.....	17
BAB III.....	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Definisi Konsep	19
3.2 Definisi Operasional.....	20
3.3 Jenis Penelitian	23
3.4 Jenis dan Sumber Data	23
3.5 Populasi dan Sampel	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel.....	24
3.6 Metode Pengumpulan Data	25
3.7 Metode Analisis Data	26
3.7.1 Uji Instrumen	26
3.7.2 Uji Asumsi Dasar	27
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	27
1. Uji Multikolinearitas.....	27
2. Uji Heterokedastisitas	28
3.7.4 Regresi Linier Berganda	28
3.7.5 Uji Hipotesis	29
1. Uji t (Persial).....	29
2. Koefisiensi Determinasi (<i>adjusted R Square</i>).....	29

BAB IV	30
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	30
DAN ANALISIS DATA	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Profil <i>Coffee Shop</i> Ingat Kopi.....	30
4.2 Analisis Data	31
4.2.1 Karakteristik Responden	31
1. Jenis kelamin responden	31
2. Usia Responden	32
4.3 Metode Analisis Data	33
1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas	35
1. Uji Normalitas.....	36
1. Uji Multikolinearitasi	37
2. Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.3.7 Pembahasan hasil penelitian	43
BAB V.....	45
PENUTUP	45
A.SIMPULAN.....	45
B.SARAN	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional	21
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Kolmogorov-smirnov.....	36
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji t (uji parsial)	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4. 1 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	31
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Tabulasi Data <i>Price Discount</i>	61
Lampiran 3 Tabulasi Data E-WOM.....	63
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i>	65
Lampiran 5 Tabulasi Data Minat Beli.....	67
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas <i>Price Discount</i>	69
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas E-WOM	70
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	72
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Minat Beli	73
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 11 Descriptive Statistic.....	74
Lampiran 12 Tabel r.....	75