

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, ELECTRONIC WORD OF
MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MASKAPAI GARUDA INDONESIA
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SIDOARJO)**

SKRIPSI



Oleh :

Aurelia Salsabila

NPM. 18012010272/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, ELECTRONIC WORD OF
MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MASKAPAI GARUDA INDONESIA
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SIDOARJO)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

Aurelia Salsabila

18012010272

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MASKAPAI GARUDA INDONESIA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SIDOARJO)

Disusun Oleh :

AURELIA SALSABILA
NPM. 18012010272/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 19 Juli 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196364201991032601

ABSTRAK

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MASKAPAI GARUDA INDONESIA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SIDOARJO)

OLEH

AURELIA SALSABILA
18012010272/FEB/EM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, E-Wom, dan persepsi harga terhadap minat Beli Maskapai Garuda Indonesia (studi kasus pada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode kuantitatif dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 105 responden. Penelitian ini mengambil data melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada warga beirpeinghasilan di wilayah Kabupatein Sidoarjo. Variabel penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu citra perusahaan (X1), *electronic word of mouth* (e-WoM) (X2), harga (X3), dan minat beli konsumen (Y). Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah dengan model Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan citra perusahaan, *electronic word of mouth* (e-WoM), harga semakin tinggi minat beli pada Maskapai Garuda Indonesia di masyarakat Kabupaten Sidoarjo.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Electronic Word Of Mouth (e-WoM), Harga dan Minat Beli Konsumen

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aurelia Salsabila

NPM : 1801201272

Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Citra Perusahaan, Electronic Word Of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Maskapai Garuda Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024



Aurelia Salsabila

NPM. 18012010272

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA MASKAPAI GARUDA INDONESIA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN SIDOARJO)” tidak lepas atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M. selaku Dosen Wali yang dengan telaten dan sungguh-sungguh dalam melakukan perwalian kepada penulis selaku Mahasiswa.
4. Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan yang tidak dapat dihitung besarnya.
6. Teman seperjuangan yang selalu menemani dan saling memberi dukungan selama perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi berakhir.
7. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, semangat serta doa yang diberikan kepada penulis.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi penulisan serta isi yang terkandung didalamnya, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Demikian yang dapat penulis berikan dalam skripsi ini semoga bisa bermanfaat.

Surabaya, 19 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Penelitian oleh Ninda Fauziah Dadan Abdul Aziz Mubarak (2019)	12
2.1.2 Penelitian oleh Julian Andrew dan Rezi Erdiansyah (2021)	12
2.1.3 Penelitian oleh Sean Prakarsa (2021).....	13
2.1.4 Penelitian oleh Oktafia dan Sutarwati (2023)	14
2.15 Penelitian oleh Nur Syamsu Ummi Batubara, Ade Parlaungan Nasution, Yudi Prayoga (2021)	14
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Citra Perusahaan.....	15
2.2.1.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan.....	17
2.2.1.2 Indikator Citra Perusahaan.....	18
2.2.2 Electric Word of Mouth	19
2.2.2.1 Faktor-Faktor Electric Word of Mouth.....	21
2.2.2.2 Indikator E-WoM.....	21
2.2.3 Persepsi Harga.....	23
2.2.3.1 Faktor – Faktor Persepsi Harga	23
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga.....	24
2.2.4 Minat Beli.....	25
2.2.4.1 Faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen	25
2.2.4.2 Indikator Minat Beli	26

2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli	26
2.3.2 Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli	27
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	28
2.4 Kerangka Konseptual	29
Gambar 2.1 Kerangka konseptual	29
2.5 Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	31
3.1.1.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	34
3.1.2 Pengukuran Variabel	35
3.2 Teknik Penentuan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
3.4.1 Teknik Analisis	38
3.4.2 Cara Kerja PLS.....	39
3.4.3 Langkah-langkah PLS	39
3.4.3 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Maskapai Garuda Indonesia.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Maskapai Garuda Indonesia	46
4.1.3 Logo Maskapai Garuda Indonesia.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Deskripsi Responden	49
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49

4.2.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2.2	Deskripsi Variabel Citra Perusahaan.....	51
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	52
4.2.4	Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	53
4.2.4	Deskripsi Variabel Minat Beli.....	54
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis	55
4.3.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	55
4.3.1.1	Uji Convergent Validity.....	55
4.3.1.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	57
4.3.1.3	Uji Reliabilitas	58
4.3.2	Uji Inner Model	59
4.3.2.1	Koefisien Determinasi	60
4.3.2.2	Predictive Relevance (Q-Square).....	61
4.3.3	Uji Hipotesis	62
4.4	Pembahasan	64
4.4.1	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli	64
4.4.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	66
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	70
BAB V	KEISIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	76
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Badan Pusat Statistik Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Utama (Orang)	1
Tabel 1. 2 PDRB Perkapita Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur.....	2
Tabel 1. 3 Top Brand Award Maskapai Penerbangan Domestik.....	3
Tabel 1. 4 Hasil Pra Survey Pengguna Maskapai Garuda Indonesia.....	9
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan (X1) 51	
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2)	52
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X3) ..	53
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	54
Tabel 4. 7 Outer Loading	56
Tabel 4. 8 <i>Cross Loadings</i>	57
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	58
Tabel 4. 10 Nilai Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 11 R-Square atau R ²	60
Tabel 4. 12 Predictive Relevance (Q ²)	61
Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Testimoni dari media sosial Instagram.....	7
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	29
Gambar 3.1 Skala Likert	36
Gambar 3.2 Model Program PLS.....	41
Gambar 4. 1 Logo Maskapai Garuda Indonesia.....	49
Gambar 4. 2 Uji Validitas	63
Gambar 4. 3 Structural Model.....	60