

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW*, *PRICE*, DAN *PRODUCT ATTRIBUTE* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* MEREK iPhone DI
KOTA BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

Oleh:

M. ILHAM HUSAINI

NIM: 1810312610033

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

LEMBAR LEGALITAS

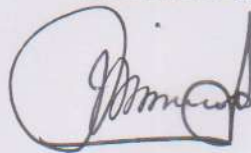
PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW, PRICE, DAN PRODUCT ATTRIBUTE* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* MEREK iPhone DI KOTA BANJARMASIN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

M. ILHAM HUSAINI
NIM. 1810312610033

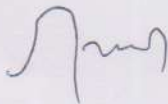
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 9 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



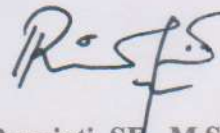
H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA.
NIP. 19700209 199303 1 001

Penguji I



Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM.
NIP. 19720909 199903 2 001

Penguji II



Rusniati, SE., M.Si.
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si.
NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : M. Ilham Husaini
NIM : 1810312610033
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Consumer Review, Price, dan Product Attribute* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Merek iPhone di Kota Banjarmasin

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Ujian Dilaksanakan : - Senin, 9 Januari 2023

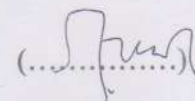
- Ruang Ujian III

TIM PENGUJI

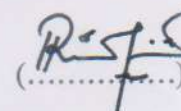
Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA.



Ketua : Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM.



Sekretaris : Rusniati, SE., M.Si.



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini :

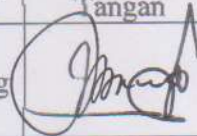

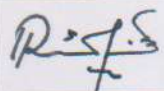
Nama : M. Ilham Husaini
NIM : 1810312610033
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Consumer Review, Price, dan Product Attribute* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Merek iPhone di Kota Banjarmasin

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Ujian Dilaksanakan : - Senin, 9 Januari 2023

- Pukul 10.00 WITA - Selesai

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari tim penguji.

No.	Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
1	H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA.	Pembimbing	
2	Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM	Ketua	
3	Rusniati, SE., M.Si.	Sekretaris	

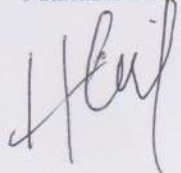
Demikian berita acara perbaikan yang telah mendapat persetujuan dari tim penguji.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si.
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa



M. Ilham Husaini
NIM. 1810312610033

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 25 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan,



M. Ilham Husaini
1810312610033

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah Subhanahu wa Ta'ala, Tuhan semesta alam, atas karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad Salallahu alaihi wasallam yang telah menyampaikan risalah dan syariat Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat Allah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul **PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW*, *PRICE*, DAN *PRODUCT ATTRIBUTE* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* MEREK *iPhone* DI KOTA BANJARMASIN**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya Skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Atma Hayat, Drs., Ec, M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA., selaku dosen pembimbing Skripsi serta pemberi konsultasi yang baik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE., MM., selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
5. Ibu Rusniati, SE., M.Si, selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
6. Ibu dan Ayah tercinta (Alm. Mahlina dan Miserani), terima kasih atas cinta, kasih sayang, usaha dan doanya yang selalu menyertai sehingga penulis mampu melangkah sejauh ini, Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
7. Om, Tante, dan Kaka sepupu Saya yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, serta tempat tinggal selama penulis berkuliah di Banjarmasin.
8. Perempuan dengan NIM 1810126320014 yang telah menemani penulis, memberikan motivasi, perhatian, cinta dan kasih selama penulis berkuliah hingga selesainya skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat Saya ; Samsul, Riqqa, Puteri, Maisya, Ninies, dan Radika, sebagai sarana bertukar pikiran dan berkeluh kesah. Terima kasih atas semangat, saran, masukan, waktu, dan tenaga yang telah kalian berikan selama ini.
10. Teman-teman kelas Manajemen Reguler B 2018, terima kasih atas kebersamaanya dalam belajar, baik itu di kelas maupun diluar kelas.
11. Perpustakaan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan, Perpustakaan Pusat Universitas Lambung Mangkurat, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, *Google Scholar*, Youtube Channel Sahid Raharjo, sebagai tempat, alat /media pembantu untuk penulis menyelesaikan Skripsi, baik secara isi hingga suasana dalam penyusunan.

12. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah penulis buat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih belum sempurna. Namun, penulis sudah berusaha menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan. Kemudian penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.

Sehubungan dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih sebesar-besarnya, dengan iringan doa semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah Subhanahu wa Ta'ala. Aamiin.

Wassamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Banjarmasin, Desember 2022

Penulis

ABSTRACT

M. Ilham Husaini (2023), The Influence of Online Consumer Review, Price, and Product Attribute on Purchase Intention iPhone in Banjarmasin. Advisor : H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA.

This research was conducted to analyze: (1) the partial effect of online consumer reviews on the intention to buy iPhone brand smartphones in Banjarmasin, (2) the partial effect of price on buying intentions of iPhone brand smartphones in Banjarmasin, (3) the partial effect of product attribute on the intention to buy iPhone brand smartphones in Banjarmasin, (4) the effect of online consumer reviews, price and product attributes simultaneously on buying interest for iPhone brand smartphones in Banjarmasin.

The population in this study is the people of Banjarmasin. The number of respondents in this study were 100 people. The sampling technique used in this study was purposive sampling. This study uses multiple linear regression analysis as a data analysis technique.

The results of this study indicate that online consumer reviews, prices, and product attributes have an effect, both partially and simultaneously on the intention to buy iPhone brand smartphones in the city of Banjarmasin.

Keywords : *Online Consumer Review, Price, Product Attribute, Purchase Intention*

ABSTRAKSI

M. Ilham Husaini, (2023), Pengaruh *Online Consumer Review*, *Price*, dan *Product Attribute* Terhadap Minat Beli *Smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin. Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis : (1) pengaruh *online consumer review* secara parsial terhadap minat beli *smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin, (2) pengaruh *price* secara parsial terhadap minat beli *smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin, (3) pengaruh *product attribute* secara parsial terhadap minat beli *smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin, (4) pengaruh *online consumer review*, *price* dan *product attribute* secara simultan terhadap minat beli *smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online consumer review*, *price*, dan *product attribute* berpengaruh, baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli *smartphone* merek iPhone di Kota Banjarmasin.

Kata kunci : *Online Consumer Review*, *Price*, *Product Attribute*, Minat Beli

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Praktis	13
1.4.2. Manfaat Akademis	14
1.5. Sistematika Pembahasan	14
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Perilaku Konsumen	16
2.1.2. Minat beli	23
2.1.3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.1.4. <i>Online Consumer Review</i>	27
2.1.5. <i>Price</i>	28
2.1.6. <i>Product Attribute</i>	31
2.1.4. Pengaruh Antar Variabel	33
2.1.4.1. Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Minat beli	33
2.1.4.2. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Minat beli	34
2.1.4.3. Pengaruh <i>Product Attribute</i> terhadap Minat beli	34
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	35

BAB III	
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	43
3.1. Kerangka Konseptual	43
3.2. Hipotesis	45
BAB IV	
METODELOGI PENELITIAN	48
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	48
4.2. Jenis Penelitian	48
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian	48
4.4. Unit Analisis	48
4.5. Populasi dan Sampel	49
4.5.1. Populasi	49
4.5.2. Sampel	49
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	53
4.6.1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	53
4.6.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	54
4.6.3. Definisi Operasional Variabel	55
4.7. Teknik Pengumpulan Data	56
4.8. Teknik Analisis Data	57
4.8.1. Uji Instrumen Penelitian	57
4.8.1.1. Uji Validitas	57
4.8.1.2. Uji Reliabilitas	58
4.8.3. Uji Asumsi Klasik	58
4.8.3.1. Uji Normalitas	58
4.8.3.2. Uji Multikolinearitas	59
4.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas	60
4.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.8.5. Uji Hipotesis	61
4.8.5.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	61
4.8.5.2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	62
BAB V	
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	64
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
5.2. Hasil Penelitian dan Analisis	66

5.2.1.	Karakteristik Responden	66
5.2.2.	Deskripsi Statistik Varibel Penelitian	73
5.2.3.	Uji Instrumen Penelitian	80
5.2.4.	Uji Asumsi Klasik.....	86
5.2.4.1.	Uji Normalitas	86
5.2.4.2.	Uji Multikonlonieritas	87
5.2.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	88
5.2.5.	Anslisis Data	89
5.2.5.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
5.2.6.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	94
5.2.6.1.	Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji Statistik t).....	94
5.2.6.2.	Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji Statistik F)	96
5.2.7.	Pembahasan Hasil Penelitian	98
5.2.8.	Implikasi Hasil Penelitian	103
5.2.9.	Keterbatasan Penelitian	108

BAB VI

PENUTUP	108
6.1. Kesimpulan	108
6.2. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4. 1 Distribusi sampel berdasarkan domisili	51
Tabel 4. 2 Definisi Operasional	55
Tabel 4. 3 Skala Pengukuran Likert	56
Tabel 5. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 5. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia (Tahun).....	67
Tabel 5. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	67
Tabel 5. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
Tabel 5. 5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 5. 6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	70
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna dan Bukan iPhone..	71
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Online Consumer Review iPhone	71
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Harga iPhone.....	72
Tabel 5. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Product Attribute iPhone.....	73
Tabel 5. 11 Deskripsi Statistik Variabel Online Consumer Review	74
Tabel 5. 12 Deskripsi Variabel Price	76
Tabel 5. 13 Deskripsi Statistik Variabel Product Attribute	77
Tabel 5. 14 Deskripsi Statistik Variabel Minat Beli	79
Tabel 5. 15 Hasil Uji Validitas Minat Beli	81

Tabel 5. 16 Hasil Uji Validitas Online Consumer Review	82
Tabel 5. 17 Hasil Uji Validitas Price	83
Tabel 5. 18 Hasil Uji Validitas Product Attribute.....	84
Tabel 5. 19 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 5. 20 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 5. 21 Hasil Uji Multikolonieritas	88
Tabel 5. 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 5. 23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 5. 24 Tabel Interpretasi Nilai R.....	92
Tabel 5. 25 Hasil Uji t.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Desktop vs Mobile vs Tablet Market Share Worldwide Statcounter Global Stats	2
Gambar 1. 2 Top 5 Global Smartphone Market Share on Q4 2021.....	3
Gambar 1. 3 Top 5 Global Smartphone Market Share on Q3 2021.....	4
Gambar 1. 4 Top 5 Smartphone Companies Market Share In Indonesia.....	5
Gambar 1. 5 Jumlah pengguna iPhone dari hasil Pra-Penelitian di Kota Banjarmasin.....	6
Gambar 1. 6 Harga iPhone SE Generasi ke-2	9
Gambar 1. 7 Hasil Studi Pendahuluan	11
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4. 1 Data Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin Tahun 2019 – 2021.....	51