

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL*
(Studi Pada Perusahaan Retail di Kecamatan Gombang, Kebumen)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang**



Oleh :

Nama : Adelia Putri Sekar Arum

NIM : 16.05.51.0045

Program Studi : S1-Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Retail di Kecamatan Gombang, Kebumen)**

Oleh:
Adelia Putri Sekar Arum
NIM: 16.05.51.0045
Program Studi S.1 Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 13 Juli 2020
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. R.A. Marlina, M.M

NIDN. 0622035701

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* (Studi Pada Perusahaan Retail di Kecamatan Gombang, Kebumen)

Oleh:

Adelia Putri Sekar Arum

NIM: 16.05.51.0045

Program Studi Strata 1 (S1) Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: 29 Juli 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)

Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M

NIDN. 0622035701

Penguji II

(Dr. Alimuddin Rizal, M.M.)

NIDN. 0610106301

Penguji III

(Dr. Drs. Robertus Basiya, M.M)

NIDN. 0626026101

Mengetahui,
Dewan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Euis Soliha, S.E., M. Si)

NIDN. 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Adelia Putri Sekar Arum

NIM : 16.05.51.0045

Program Studi: SI Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail di Kecamatan Gombang, Kebumen)”** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 13 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Adelia Putri Sekar Arum)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai, yang selalu memberikan doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finansial, serta kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M yang telah membantu dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak dan adik serta keluarga saya yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, perhatian dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman dan sahabat saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang



(Adelia Putri Sekar Arum)

MOTTO

“Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya.”

- Lenang Manggala-

“The whole purpose of education is to turn mirrors into windows.”

-Sydney J. Harris-

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* (STUDI PADA PERUSAHAAN RETAIL DI KECAMATAN GOMBONG, KEBUMEN)

Oleh:

Adelia Putri Sekar Arum

NIM: 16.05.51.0045

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas, persepsi harga, dan sikap konsumen terhadap niat beli produk *private label*. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian dan mengetahui produk *private label* di Kecamatan Gombong, Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia lebih dari 17 tahun, melakukan pembelian produk *private label*, dan bersedia memberikan informasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei melalui kuesioner. Uji yang dilakukan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji model penelitian, uji analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 22 *for windows*. Hasil penelitian ini menghasilkan temuan bahwa: Persepsi kualitas berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli, Persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli, Sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci: Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Sikap Konsumen, Niat Beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS BUYING PRIVATE LABEL PRODUCTS (STUDY IN RETAIL COMPANIES IN GOMBONG DISTRICT, KEBUMEN)

By:

Adelia Putri Sekar Arum

NIM: 16.05.51.0045

This study aims to determine and analyze the effect of perceived quality, perceived price, and consumer attitudes on purchase intentions of private label products . The population in this study is all consumers who have made purchases and know about private label products in Gombang District, Kebumen. The sampling technique used was purposive sampling method with the criteria of respondents aged over 17 years, buying private label products , and willing to provide information. The sample in this study were 120 respondents. Data collection techniques using survey methods through questionnaires . Tests carried out are instrument tests, classic assumption tests, research model tests, multiple regression analysis tests, and hypothesis testing with the help of the SPSS version 22 for windows program . The results of this study produce findings that: Perception of quality does not significantly influence purchase intention, Perception of price does not significantly influence the intention to buy, Consumer attitudes significantly influence purchase intentions.

Keywords: Perceived Quality, Price Perception, Consumer Attitude, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli (Studi Pada Perusahaan Retail di Kecamatan Gombong, Kebumen)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan ini
- 2) Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
- 3) Dr. Euis Soliha, S.E., M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
- 4) Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
- 5) Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
- 6) Kedua orang tua saya tercinta: Indra Prayitno dan Tanti Hartini atas doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finansial, serta kesabaran kepada penulis
- 7) Kakak dan Adikku: Tiara Puspita Sari, Rangggit Pradito, dan Bima Indra Pamungkas atas kasih sayang, perhatian, serta kesabaran kepada penulis

- 8) Sahabat karibku: Marisa Murniati dan Yoane yang selalu mendukung dan menyemangatiku dalam menyelesaikan skripsi ini
- 9) Sahabatku: Yolan, Tahta, Titik, Tiyak, Saras, Nurul, Aviska, Dpl yang setia menemani dari awal hingga akhir di kampus tercinta ini dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan taufiq, hidayah, dan inayah serta menunjukkan yang terbaik dan membalas kebaikan yang telah diberikan dengan kebaikan pula. Dengan segala kerendahan hati semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, 13 Juli 2020

Penulis,



(Adelia Putri Sekar Arum)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS

DAN HIPOTESIS.....	12
2.1. Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1. Persepsi Kualitas	12
2.1.2. Persepsi Harga	15
2.1.3. Sikap Konsumen	19
2.1.4. Niat Beli	23
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli	29
2.3.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli	31
2.3.3. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli	31
2.4. Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN 33

3.1. Objek Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.2.1. Populasi	33
3.2.2. Sampel	34
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1. Jenis Data.....	35
3.3.2. Sumber Data	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5. Definisi Konsep dan Operasional	37
3.6. Pengujian Instrumen	39
3.6.1. Uji Validitas.....	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	40
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1. Uji Normalitas	40

3.7.2. Uji Multikolinearitas	41
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas	41
3.8. Pengujian Model Penelitian	42
3.8.1. Koeisien Determinasi (R^2)	42
3.8.2. Uji F	42
3.9. Analisis Regresi.....	43
3.10. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Deskripsi Sampel.....	46
4.1.1. Deskripsi Responden	46
4.1.2. Deskripsi Variabel	50
4.2. Pengujian Instrumen	57
4.2.1. Uji Validitas	57
4.2.2. Uji Reliabilitas	59
4.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	59
4.3.1. Uji Normalitas	60
4.3.2. Uji Multikolinearitas	60
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.4. Pengujian Model Penelitian	62
4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.4.2. Uji Statistik F.....	63
4.5. Analisis Regresi Berganda	64
4.6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	66
4.7. Pembahasan.....	67
4.7.1. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli.....	67
4.7.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli	69
4.7.3. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli	70
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI.....	72
5.1. Kesimpulan	72

5.2. Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3. Implikasi Penelitian	74
5.3.1. Implikasi Teoritis.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Produk <i>Private Label</i>	6
Tabel 1.2. Hasil Survei Top Brand 2019 Kategori Minimarket di Indonesia	6
Tabel 1.3. Hasil Kuesioner Pra-Survei Pada Produk <i>Private Label</i> di Kecamatan Gombang, Kebumen.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1. Definisi Konsep dan Operasional	38
Tabel 4.1. Rincian Penyebaran Kuesioner	46
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas	50
Tabel 4.7. Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	52
Tabel 4.8. Deskripsi Variabel Sikap Konsumen	53
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Niat Beli	55
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.16. Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.17. Analisis Regresi Berganda.....	64
Tabel 4.18. Hasil Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	32
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	81
Lampiran 2 Data Responden	85
Lampiran 3 Identitas Responden Dan Tabulasi Data	89
Lampiran 4 Uji Deskriptif Responden.....	101
Lampiran 5 Uji Deskriptif Variabel.....	103
Lampiran 6 Uji Validitas.....	114
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	119
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	123
Lampiran 9 Uji Regresi Berganda	126
Lampiran 10 Catatan Konsultasi Dan Bimbingan.....	128
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	131
Lampiran 12 Berita Acara Revisi Ujian Skripsi.....	135