

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Produk *Private*
Label Indomaret di Kota Semarang

(Studi Pada Toko Indomaret Di Semarang Timur)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan
Studi Akhir Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Oleh :

Nama : Cindy Noviani Putri

Nim : 16.05.51.0068

Program Studi : S.1 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:**

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Produk *Private Label*
Indomaret di Kota Semarang**

Oleh :

Cindy Noviani Putri

NIM : 16.05.51.0068

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 04 Agustus 2020

Dosen Pembimbing



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

NIDN : 0622035701

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK
PRIVATE LABEL INDOMARET DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh :

**Nama : Cindy Noviani Putri
NIM : 16.05.51.0068
Program Studi : S1 Manajemen**

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan 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 : 11 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing

(Merangkap Penguji I)

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

NIDN : 0622035701

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)
NIDN : 0027037101

Penguji III

(Bambang Sutejo, DRS., M.M.)
NIDN : 0628036101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)
NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya

Nama : Cindy Noviani Putri

NIM : 16.05.51.0068

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI KOTA SEMARANG 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 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 disengaja 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, 04 Agustus 2020

Yang menyatakan,



(Cindy Noviani Putri)

MOTTO

Tes sesungguhnya bukanlah kamu menghindari kegagalan, karena kamu tidak akan gagal. Ini soal apakah kamu membiarkan kegagalan itu mempermalukanmu, atau apakah kamu belajar darinya atau memilih untuk bertahan dan berjuang

-Barack Obama-

Jadilah seperti karang di lautan yang tetap kokoh diterjang ombak,
walaupun demikian air laut tetap masuk kedalam pori-porinya.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selesainya skripsi ini dengan baik, tidaklah hanya karena penulis saja tetapi banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama penulis ucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu menjadi pengingat semangat, memberikan perjuangan, dorongan, kasih sayang dan doa yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
2. Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Alvina Rahma Anggraeni, Dewi Kirana Cahyaningrum, Yayuk Melani sebagai sahabat terbaik saya, yang memberikan semangat dan dukungan luar biasa selama di perkuliahan ini. Semoga kita bisa sukses bersama.
4. Aulia Atsal tersayang yang telah memotivasi, menemani dan memberi semangat selama mengerjakan skripsi ini.
5. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu, atas segala dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang berkepentingan.
6. Almameter Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang saya banggakan, tempat mencari ilmu selama di perkuliahan ini.

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* INDOMARET DI KOTA SEMARANG

Oleh :

Cindy Noviani Putri

16.05.51.0068

Private Label adalah suatu barang dagangan yang menggunakan nama merek distributor atau peritel atau nama merek tersebut yang diciptakan untuk distributor atau peritel. Tujuan peritel membuat produk *private label* untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keberadaan produk *private label* sudah menjadi tren dikalangan peritel. Produk *private label* memiliki desain sendiri oleh para peritel dan dikembangkan dengan menggunakan nama peritel yang bersangkutan, produk *private label* hanya dijual oleh perusahaan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Persepsi Nilai terhadap Niat Beli produk *private label* Indomaret di Kota Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Indomaret di Kota Semarang yang jumlahnya tidak bisa diketahui. Sampel diambil sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Data didapat langsung dari konsumen Indomaret di Kota Semarang melalui metode kuesioner. Data primer tersebut diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 19 melalui uji instrumen berupa uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis berupa uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Citra merek, Persepsi kualitas, Persepsi harga, dan Persepsi Nilai berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk *private label* Indomaret di Kota Semarang.

Kata kunci : Citra Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Persepsi Nilai, Niat Beli, Produk *Private Label*

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE INTEREST OF INDOMARET LABEL PRIVATE PRODUCTS IN THE CITY OF SEMARANG

By:
Cindy Noviani Putri
16.05.51.0068

Private Label is a merchandise that uses the brand name of the distributor or retailer or the brand name created for the distributor or retailer. The purpose of retailers to make private label products to meet consumer needs and the existence of private label products has become a trend among retailers. Private label products have their own designs by retailers and are developed using the name of the retailer concerned, private label products are only sold by the company.

The purpose of this study was to analyze the influence of Brand Image, Quality Perception, Price Perception, and Value Perceptions on the Purchase Intention of Indomaret private label products in Semarang City. The population of this study is all Indomaret consumers in Semarang City whose numbers cannot be known. Samples were taken as many as 100 respondents. The data used are primary data. Data obtained directly from Indomaret consumers in the city of Semarang through the questionnaire method.

The primary data is processed and analyzed using SPSS 19 through an instrument test in the form of a validity and reliability test, multiple linear regression analysis and a hypothesis test in the form of a t test. The results of this study indicate that, brand image, quality perception, price perception, and value perception have a significant positive effect on the purchase intention of Indomaret private label products in Semarang City

Keywords : Brand Image, Quality Perception, Price Perception, Perception Value, Purchase Intention, Private Label Products

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Produk *Private Label* Indomaret di Kota Semarang”**. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak lepas kendala. Kendala tersebut dapat di atasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Safik Faozi S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan sarana dalam menyelesaikan skripsi.

5. Achmad Purnomo dan Sofi, selaku orang tua saya yang setiap hari mendoakan saya, memberikan kasih sayang yang luar biasa dan bekerja keras untuk saya kuliah.

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, 04 Agustus 2020

Penyusun,



(Cindy Noviani Putri)

x

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	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. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka	14
2.1.1. Niat Beli	14
2.1.2. Citra Merek	16
2.1.3. Persepsi Kualitas	21
2.1.4. Persepsi Harga	25
2.1.5. Persepsi Nilai	27
2.2. Penelitian Empiris/ Terdahulu	29
2.3. Hubungan antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli	33
2.3.2. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli	34
2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli	36
2.3.4. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli	36
2.4. Model Empirik Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	38
3.2. Populasi dan Sampel	38
3.2.1. Populasi	38
3.2.2. Sampel	38
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	39
3.3.1. Jenis Data	39
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	40

3.4. Definisi Konsep dan Operasional	40
3.5. Skala Pengukuran Variabel	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Uji Validitas	43
3.6.2. Uji Reliabilitas	43
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.6.4. Goodness Of Fit	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.2. Deskripsi Responden	48
4.3. Deskripsi Variabel	53
4.3.1. Citra Merek	54
4.3.2. Persepsi Kualitas	56
4.3.3. Persepsi Harga	59
4.3.4. Persepsi Nilai	60
4.3.5. Niat Beli	62
4.4. Uji Instrumen	64
4.4.1. Uji Validitas	65
4.4.2. Uji Reliabilitas	65

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.6. Goodness Of Fit	68
4.6.1. Uji Simultan (Uji F)	68
4.6.2. Koefisien Determinasi	68
4.7. Uji t	69
4.8. Pembahasan	70
4.8.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli	70
4.8.2. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli	70
4.8.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli	71
4.8.4. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	74
5.3. Keterbatasan Penelitian	74
5.4. Rekomendasi Penelitian Mendatang	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penyebaran Indomaret di Kecamatan Gayamsari Semarang ...	4
Tabel 1.2	Hasil Prasurvey Perbandingan <i>Private Label</i> dan <i>Brand</i> Terkenal	5
Tabel 1.3	Reseach Gap	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Definisi Konsep dan Operasional	41
Tabel 4.1	Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Produk	50
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	50
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel Citra Merek	54
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas	56
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	59
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Persepsi Nilai	60
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Niat Beli	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Empirik Penelitian	37
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	81
Lampiran 2	Identitas Responden	88
Lampiran 3	Tabulasi Data	92
Lampiran 4	Output SPSS	97
Lampiran 5	Catatan Bimbingan	108