

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI
RISIKO TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK MEREK
TOKO INDOMARET DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyelesaian Program Pendidikan
Sarjana Jurusan Manajemen**



Oleh :

INGGRID VIO FERNANDA

2011210575

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2016

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,
PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT PEMBELIAN
PRODUK MEREK TOKO INDOMARET
DI SURABAYA**

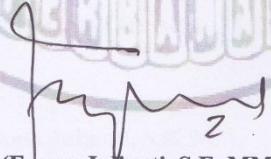
Diajukan oleh :

INGGRID VIO FERNANDA

NIM : 2011210575

Skripsi ini telah dibimbing dan
dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 18 Februari 2016


(Emma Julianti, S.E. MM.)

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,
PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT PEMBELIAN
PRODUK MEREK TOKO INDOMARET
DI SURABAYA**

Disusun oleh

INGGRID VIO FERNANDA

NIM : 2011210575

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 26 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua

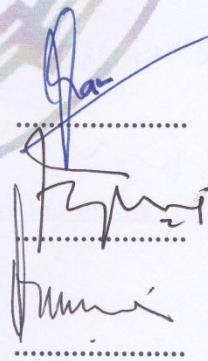
: **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.**

Sekretaris

: **Emma Julianti, S.E. MM.**

Anggota

: **Dra. Lindiawati, M.M.**



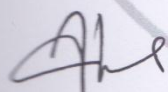
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ingrid Vio Fernanda
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 26 April 1993
N.I.M : 2011210575
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas,
Persepsi Risiko Terhadap Niat Pembelian
Produk Merek Toko Indomaret Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,


Tanggal : 03 Mei 2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 29 April 2016



(Emma Julianti, S.E. MM.)

MOTTO

“Kerjakanlah, wujudkanlah, Railah cita-citamu dengan memulainya dari bekerja bukan hanya menjadi beban di dalam impianmu.”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Untuk kedua orang tua saya Bapak, Mama dan Kakak terima kasih untuk doa dan dukungannya yang telah di berikan selama ini.
2. Ibu Emma Julianti selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan teliti mulai awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini.
3. Terima kasih untuk semua dosen S1 Manajemen pemasaran yang telah memberikan ilmunya semoga bermanfaat untuk kedepannya.
4. Terima kasih untuk Aldy Rachmatya “Ateng” yang telah menjadi mentor meskipun sering membuli selama kuliah dan selama mengerjakan skripsi. Dan pernah mengentry kan KRS saya.
5. Teman-teman seperjuangan (Sugianto Wijayaa Putra, Fariz Aljauhari, Rizal Fil Ardhi, Fauzy, Tengku Novan, Erwin Destiano, Ajeng Pusvita Dan Tassa Amanda)
6. Teman-teman yang akan berjuang menempuh skripsi (Achmad Soni, Achrizal, Husen, Andre, Frisky).
7. Para alumni angkatan 2011 (Elwin Novaris, Gita, Balgis, Pepy, Dimas Samid, Lutfy Upik, Tius Dan Sholeh).
8. Terima kasih untuk responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Terima kasih untuk arek’ e yang telah memotivasi secara tidak langsung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Manajemen, dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Pembelian Produk Merek Toko Indomaret Di Surabaya”.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Ibu Emma Julianti, S.E. MM. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Ibu Dra, Ec. Sri Lestari Kurniawati, M.S. selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran.

6. Kedua Orang Tua dan Keluarga saya terima kasih karena selalu mendoakan, memberikan dukungan moril maupun materil
7. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, April 2016

Penyusun



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Batasan Penelitian	27
3.3 Identifikasi Variabel.....	28
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	28
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8 Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian	36
3.9 Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	44
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	44
4.2 Analisis Data	48
4.3 Pembahasan.....	63

BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.3 Saran.....	71

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Perbandingan Harga Produk Merek Toko Indomaret	2
Tabel 1.2 : Jumlah Gerai, Jumlah Merek Toko, Kontribusi Penjualan	3
Tabel 2.1 : Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 : Skala Interval	32
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	35
Tabel 3.3 : Uji Durbin-Watson	40
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	49
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	50
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	51
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	51
Tabel 4.5 : Skala Interval	52
Tabel 4.6 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	52
Tabel 4.7 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	53
Tabel 4.8 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	54
Tabel 4.9 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	55
Tabel 4.10 : Uji Normalitas	56
Tabel 4.11 : Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.12 : Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.13 : Durbin Watson Test Bond	57
Tabel 4.14 : Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.15 : Uji F	60
Tabel 4.16 : Uji T	61

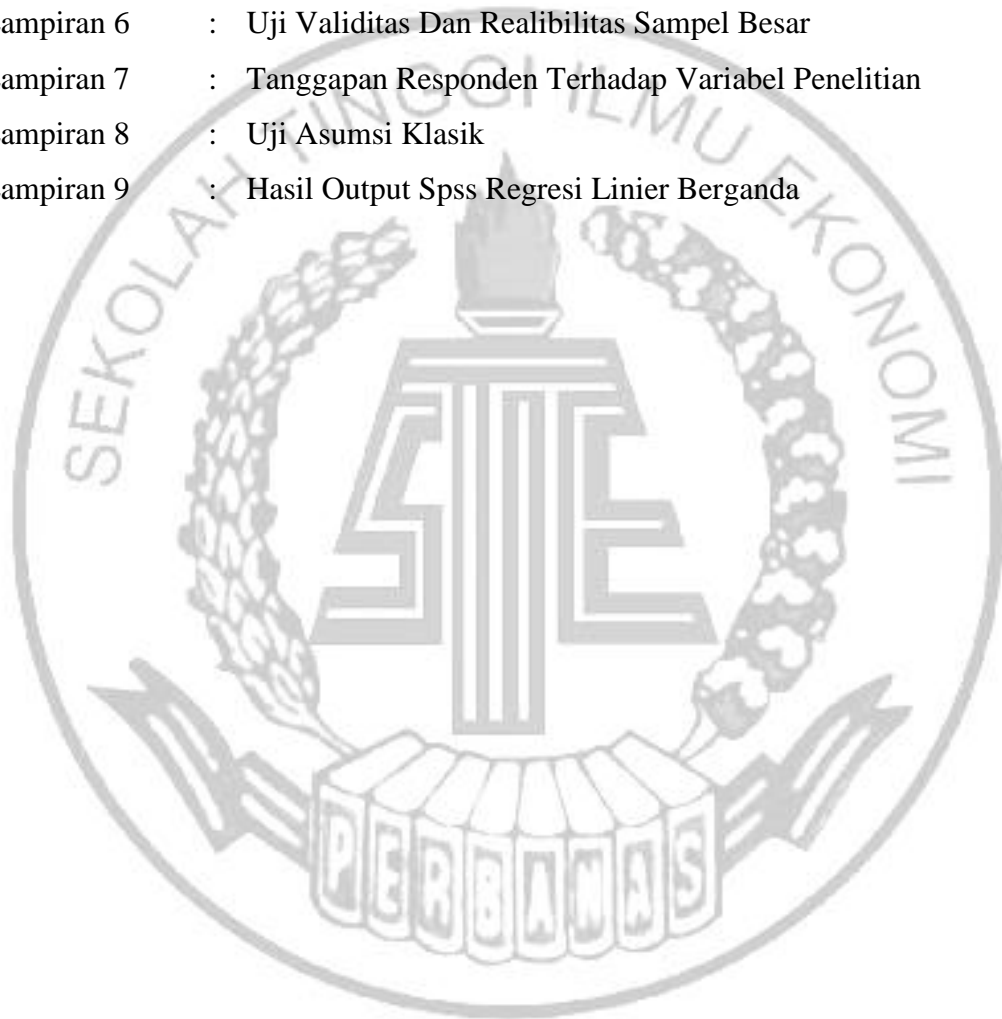
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti 1	12
Gambar 1.2 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti 2	14
Gambar 2.3 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti Sekarang	25
Gambar 3.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 3.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 3.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskastisitas	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 4 : Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 5 : Uji Validitas Dan Realibilitas Sampel Kecil
- Lampiran 6 : Uji Validitas Dan Realibilitas Sampel Besar
- Lampiran 7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian
- Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Hasil Output Spss Regresi Linier Berganda



**THE INFLUENCE OF PERCEPTION PRICE , PERCEPTION QUALITY,
AND PERCEPTION OF RISK TOWARDS PURCHASE INTENTION
OF PRODUCT STORE BRAND INDOMARET
IN SURABAYA**

ABSTRACT

Inggrid Vio Fernanda

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2011210575@students.perbanas.ac.id

In an effort to improve the competitiveness of companies in the market that is growing more and more store brand products. This study aimed to describe and analyze the effect of the variables perception price, perception quality, and perceived risk on purchase intention. independent variables that support this research is the perception price, perception quality, and perception of risk, while the dependent variable is purchase intention. And case studies in Surabaya. The number of respondents in this study was 120 respondents. The analysis used linear regression and analysis tools SPSS version 17.00. The results of this study is the perception of price and perception quality significantly influence purchase intention. And the perception of risk does not significantly influence purchase intention.

Keywords : Perception Price , Perception Quality, And Perception Of Risk, And Purchase Intention