

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN RESIKO YANG  
DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
PRODUK MEREK ALFAMART  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh:

**ANUGRAH FEBRY KUSUMA**

**2011210935**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN RESIKO YANG  
DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
PRODUK MEREK ALFAMART  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

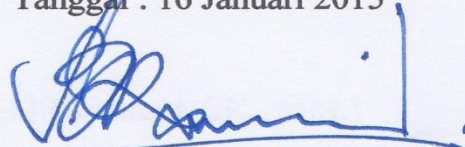
**ANUGRAH FEBRY KUSUMA**

**2011210935**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diajukan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 16 Januari 2015



**(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.)**



# SKRIPSI

## PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN RESIKO YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK MEREK ALFAMART DI SURABAYA

Disusun oleh

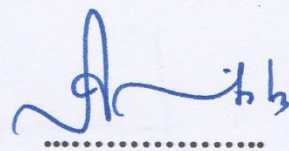
**ANUGRAH FEBRY KUSUMA**  
**2011210935**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

Pada tanggal

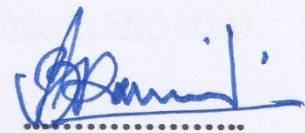
13 Februari 2015  
Tim Penguji

**Ketua** : (Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.)



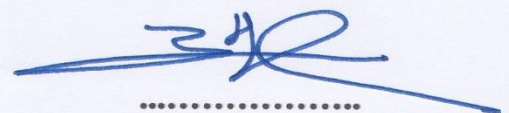
.....

**Sekretaris** : (Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.)



.....

**Anggota** : (Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH)



.....

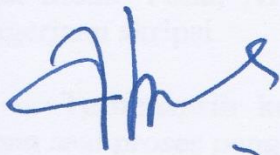
## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anugrah Febry Kusuma  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Februari 1993  
N.I.M : 2011210935  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Resiko Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pembelian Produk Merek Alfamart Di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Srjana Manajemen

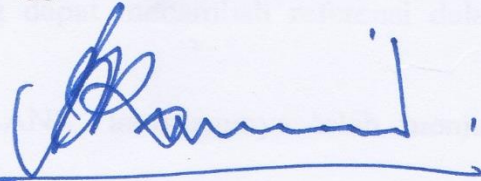
Tanggal : 19 APRIL 2015



**(Dr. MUAZAROH, SE, MT)**

Dosen Pembimbing

Tanggal : 19 APRIL 2015



**(DR. BASUKI RACHMAT, SE., MM)**



## MOTTO & PERSEMBAHAN

*MULAI, LAKUKAN, DAN JANGAN PERNAH MEMBATASI  
MIMPIMU, MIMPILAH SETINGGI-TINGGINYA KARENA JIKA  
TERJATUH KAU MASIH DI ANTARA BINTANG-BINTANG*

Pertama saya ucapkan Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kelancaran dalam mengerjakan skripsi.

Terimakasih kepada keluarga, Ayah, Ibu, Alm.Fendy Teguh S.K, Diah Ratna K, dan Yunita Indah K, yang selalu memberi dukungan hingga saya dapat menjadi Sarjana Ekonomi.

Terimakasih kepada Balgis Hikmah Fitriyamani, yang selalu mendukung dan menjadi motivasi saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Terima kasih bonekanya yang diberikan saat sidang.

Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan kuliah. Aldy, Vio, Elwin, Erwin, Vina, Gita, Melinda, yang berjuang bersama-sama pada saat kuliah.

Terimakasih kepada teman-teman lama, putra, kembek, danang, jojo, iwan, gendut, yang memberikan banyak pengalaman, sehingga menjadikan pembelajaran di dalam mencapai gelar sarjana.

Terimakasih kepada teman-teman satu dosen pembimbing, mas Hazizul, Icha, mbak Yulia, Arta dan Rizkiyah, yang dapat menambah referensi dalam pengerjaan skripsi.

Terimakasih kepada grup musik SLANK, lagu-lagunya telah menjadi teman saat proses pengerjaan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan yang telah menolong hamba-Nya menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Resiko Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pembelian Produk Merek Alfamart Di Surabaya.** Ucapan terimakasih penulis ungkapkan kepada seluruh dosen pengampu mata kuliah manajemen, serta kepada dosen pembimbing atas bimbingannya selama mengerjakan skripsi ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat penyelesaian program pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Manajemen, dengan Konsentrasi Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, tetapi semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat ilmu bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa jurusan manajemen konsentrasi pemasaran dalam memahami konsep tentang persepsi harga, persepsi kualitas, persepsi resiko dan niat membeli.

Tidak lupa pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Lutfi, SE., M. FIN selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE, MT selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

3. Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si. selaku dosen wali, yang memberikan arahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM selaku Dosen Pembimbing / Pendamping yang senantiasa sabar memberikan pengarahan, motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si. selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Tatik Suryani Psi. MM. selaku salah satu Dosen pengampu mata kuliah metodologi penelitian pemasaran dan, yang banyak memberikan bimbingan, saran, dan dukungan.
7. Bapak / Ibu Dosen Konsentrasi Pemasaran seluruhnya yang telah membantu penulis dalam memahami tentang teori, konsep, hingga praktek mengenai *marketing* selama penulis belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
8. Seluruh dosen pengajar, karyawan akademik, keuangan, kemahasiswaan, karyawan perpustakaan dan pramubakti STIE Perbanas Surabaya.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikian sepeatah kata penulis buat, untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Sedikit dan banyaknya kata yang salah pada skripsi ini, kami memohon maaf sebesar-besarnya dan semoga bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Kesempurnaan hanyalah milik Yang Maha Sempurna, yaitu Allah. Dan kesalahan serta ketidak sempurnaan hanyalah milik penulis selaku ciptaan-Nya. Terima Kasih.

Surabaya, 17 Februari 2015

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACK.....	xv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar belakang masalah .....	1
1.2    Perumusan masalah .....	9
1.3    Tujuan penelitian .....	9
1.4    Manfaat penelitian .....	10
1.5    Sistematika penulisan .....	10
<b>BAB 2     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Penelitian terdahulu .....	12
2.2    Landasan teori .....	18
2.3    Kerangka pemikiran .....	29
2.4    Hipotesis penelitian .....	29
<b>BAB 3     METODE PENELITIAN</b>	
3.1    Rancangan penelitian .....	30
3.2    Batasan penelitian .....	31
3.3    Identifikasi variabel .....	31
3.4    Definisi operasional dan pengukuran variabel .....	32
3.5    Instrument penelitian .....	35
3.6    Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel ...	38
3.7    Data dan metode pengumpulan data .....	40
3.8    Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian ..	41
3.9    Teknik analisis data .....	42
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1    Gambaran Subyek Penelitian .....	46
4.2    Analisis Data .....	51
4.3    Pengujian Hipotesis .....	62
4.4    Pembahasan .....	67
<b>BAB V     PENUTUP</b>	
5.1    Kesimpulan .....	75

5.2	Keterbatasan Penelitian .....	75
5.3	Saran .....	76

## DAFTAR RUJUKAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah Gerai, Jumlah Produk Merek Alfamart, Dan Kontribusi Penjualan Produk Merek Alfamart Tahun 2012-2014	5
Tabel 1.2 : Tabel Perbandingan Harga Antara Produk Merek Alfamart Dengan Merek Lain Tahun 2014	6
Tabel 1.2 : Lanjutan Tabel Perbandingan Harga Antara Produk Merek Alfamart Dengan Merek Lain Tahun 2014	7
Tabel 2.1 : Pebandingan Penelitian Sebelumnya Dan Sekarang	17
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Kuesioner	37
Tabel 3.2 : Lanjuatan Kisi-Kisi Kuesioner	38
Tabel 4.1 : Interval Kelas Variabel	52
Tabel 4.2 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	52
Tabel 4.3 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	53
Tabel 4.4 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Resiko	55
Tabel 4.5 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Membeli	56
Tabel 4.6 : Uji Validitas Sampel Kecil	57
Tabel 4.7 : Uji Validitas Sampel Besar	58
Tabel 4.8 : Uji Reliabilitas Dengan Sampel Kecil	59
Tabel 4.9 : Uji Reliabilitas Dengan Sampel Besar	60
Tabel 4.10 : Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.11 : Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	63

Tabel 4.12 : Koefisien Determinasi Simultan	64
Tabel 4.13 : Ringkasan Hasil Uji T Dan Koefisien Determinasi Parsial	65



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian 1	14
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian 2	16
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian	29
Gambar 3.1 : Model Rancangan Uji Regresi	44
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas (*Output SPSS*)
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas (*Output SPSS*)
- Lampiran 7 : Analisis Regresi Uji F (Uji Simultan) dan Uji T (Uji Parsial) (*Output SPSS*)

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE, PERCEIVED QUALITY,  
AND PERCEIVED RISK ON PURCHASE INTENTION  
OF ALFAMART BRAND PRODUCT IN SURABAYA**

**Anugrah Febry Kusuma**

STIE Perbanas Surabaya

Email: [anugrah.febry.k@gmail.com](mailto:anugrah.febry.k@gmail.com)

Jl. Jambu Gg.V no 10, Wage, Taman, Sidoarjo

**ABSTRACT**

*Store brand is a product produced by a store. Store brands are usually produced and given the same label with the name of the store, but there are also several products that labeled different from the name of the store. Purchase intention is a person's attitude at the time of going to buy a product by considering many factors related to the product. Many factors are considered by consumers when buying store brand. Perceiving a product is the first thing that made by consumers when assessing products. The purpose of this study was to examine the relationship between perceived price, perceived quality, and perceived risk toward purchase intentions, the object of this research is Alfamart brand products and the research is conducted in Surabaya. This research was conducted with the help of questionnaires instrument distributed to 30 respondents as small samples and 100 respondents as big sample that obtained with the judgment sampling method. This study used a statistical method of multiple linear regression, with the SPSS 16.0 statistical tools. The results of this study show that the perceived price and the perceived risk is partially not related with purchase intention, and perceived quality partially is related with purchase intention. While simultaneously the perceived price, perceived quality and the perceived risk is related to the purchase intention.*

**Keywords :** *Store brand, perceived price, perceived quality, perceived risk, purchase intention.*