

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Johan Firmanto
NPM : 12 03 19393**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Johan Firmanto
NPM : 12 03 19393**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017**

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE*

Disusun Oleh:

Johan Firmanto

NPM : 12 03 19393

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal 4 Mei 2017

Skripsi
**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE***

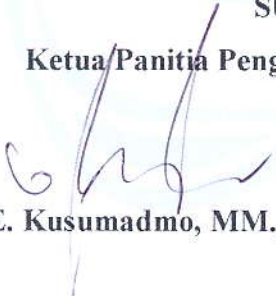
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Johan Firmanto
NPM : 12 03 19393

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 13 Juni 2017 dan
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana
Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua/Panitia Penguji


E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. Gunawan Jiwanto, MBA


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 13 Juni 2017

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Johan Firmanto

NPM : 12 03 19393

dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE***

Benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam catatan kaki atau daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiat sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 4 Mei 2017

Yang Menyatakan,



Johan Firmanto

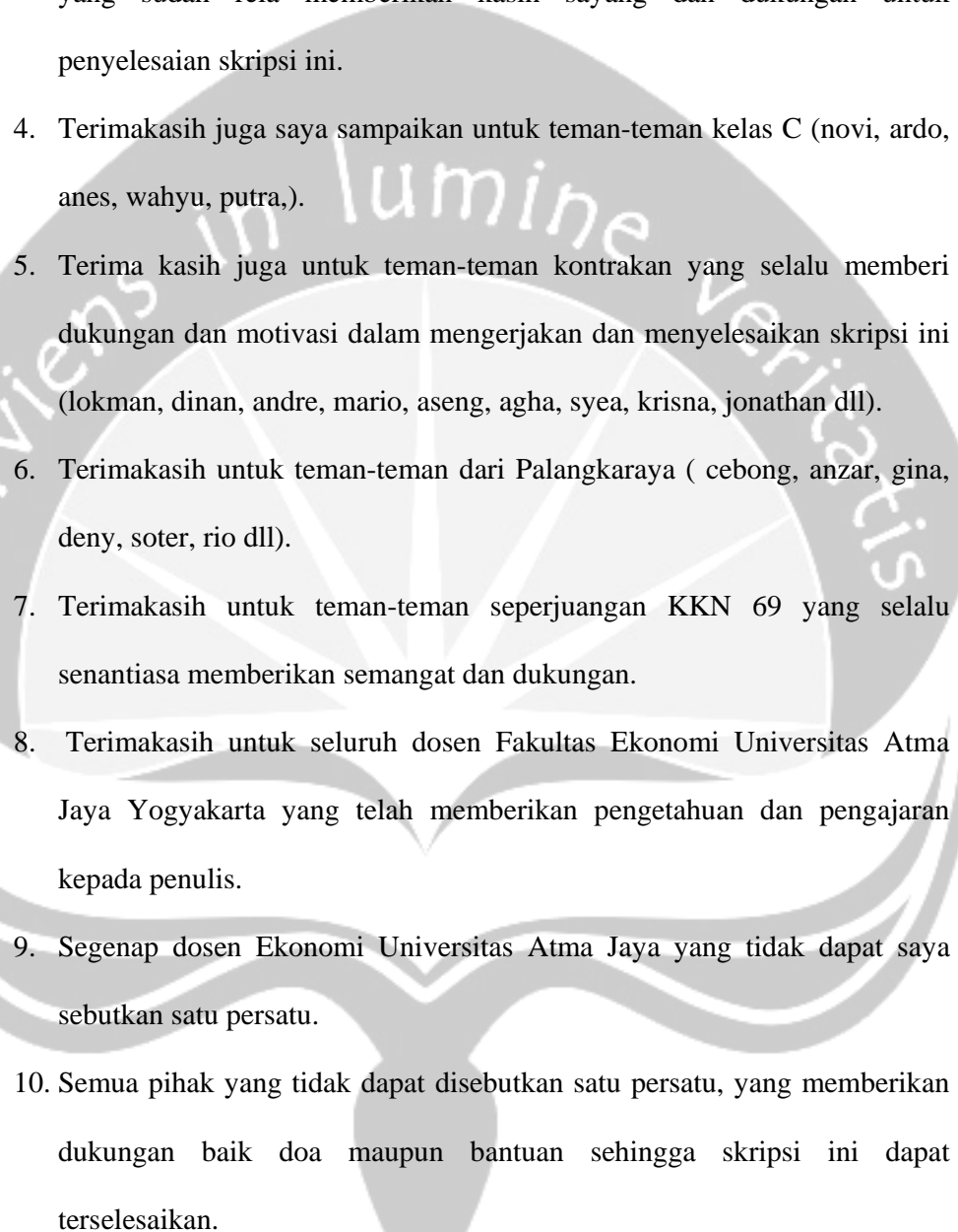
KATA PENGANTAR

Dengan Puji Tuhan saya bersyukur atas apa saya terima pada saat ini, tidak lain karena kehendak Tuhan Yesus Kristus, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan mengangkat judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP NILAI DAN MINAT BELI : SIKAP WISATAWAN TERHADAP PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE*”**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kelemahan serta kekurangan baik segi isi ,apun cara mengungkapkan dan menyajikan kedalam bentuk tulisan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari semua pihak demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala bantuan, bimbingan dan perhatiannya dalam pembuatan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

1. Terimakasih untuk Tuhan Yesus yang selalu menyertai, mendampingi, mengasihiku, memberikan Roh kudus kedalam tubuhku hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya dalam pengerjaan skripsi

- 
3. Terimakasih atas perhatian, cinta dan kasih mama dan papa tercinta ku yang sudah rela memberikan kasih sayang dan dukungan untuk penyelesaian skripsi ini.
 4. Terimakasih juga saya sampaikan untuk teman-teman kelas C (novi, ardo, anes, wahyu, putra.).
 5. Terima kasih juga untuk teman-teman kontrakan yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini (lokman, dinan, andre, mario, aseng, agha, syea, krisna, jonathan dll).
 6. Terimakasih untuk teman-teman dari Palangkaraya (cebong, anzar, gina, deny, soter, rio dll).
 7. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan KKN 69 yang selalu senantiasa memberikan semangat dan dukungan.
 8. Terimakasih untuk seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran kepada penulis.
 9. Segenap dosen Ekonomi Universitas Atma Jaya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
 10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang memberikan dukungan baik doa maupun bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan penelitian selanjutnya akan diperbaiki dan

menjadi lebih sempurna, dan semoga penelitian yang telah penulis lakukan ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 4 Mei 2017

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'J' followed by several loops and a horizontal line at the bottom.

Johan Firmanto

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Persepsi Harga	10

2.2. Citra Merek	11
2.3. Persepsi Kualitas	13
2.4. Kepercayaan	14
2.5. Persepsi Nilai Pelanggan	14
2.6. Minat Beli	15
2.7. Penelitian Terdahulu	17
2.8. Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Sumber Data	24
3.2.1. Data Primer	24
3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel	26
3.4. Teknik Pengambilan Data	27
3.5. Metode Pengukuran Variabel	27
3.6. Definisi Operasional	28
3.7. Pengukuran Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8. Metode Analisis Data	32

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden	32
3.8.2 Analisis Regresi Berganda	33
BAB IV ANALISIS DATA	35
4.1. Penejelasan Penelitian	35
4.2. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	35
4.3. Analisis Data	38
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....	42
4.4. Ringkasan Pengujian Hipotesis	50
4.5. Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP	58
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Implikasi Manajerial	60
5.3. Keterbatasan Penelitian	63
5.4. Saran	63
Daftar Pustaka	64
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Definisi Operasional	28
Tabel 4.1. Distribusi Kuesioner	36
Tabel 4.2. Karakteris Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekusensi <i>Membooking</i> Hotel <i>Online</i> Dalam 3 Tahun Terakir	38
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.7. Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Persepsi Kualitas	43
Tabel 4.8. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Kepercayaan	44
Tabel 4.9. Pengaruh Persepsi Harga Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Persepsi Nilai.....	46
Tabel 4.10. Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli	48
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	50

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 2.1. Model Penelitian 19



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran I Kuesioner	69
Lampiran II Data Karakteristik Responden	83
Lampiran III Hasil Kuesioner	85
Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran V Hasil Regresi Berganda	100

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
NILAI DAN MINAT BELI: SIKAP WISATAWAN TERHADAP
PEMESANAN HOTEL SECARA *ONLINE***

Disusun Oleh :

Johan Firmanto

NPM : 12 03 19393

Dosen Pembimbing

Budi Suprpto

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) persepsi harga berpengaruh secara negatif terhadap persepsi kualitas, (2) persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap persepsi nilai, (3) persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap minat beli, (4) citra merek berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas, (5) citra merek berpengaruh secara positif terhadap kepercayaan, (6) persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan, (7) kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi nilai, (8) persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap persepsi nilai, (9) persepsi nilai berpengaruh positif terhadap minat beli. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang terdapat di daerah Yogyakarta dengan responden sebanyak 189 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan mengirim *link* kuesioner dari *google form* kepada teman-teman di BBM dan LINE. Kuesioner berisikan 24 *item* pernyataan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil Pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas, persepsi nilai, dan minat beli, citra merek berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas dan kepercayaan, persepsi kualitas secara positif berpengaruh terhadap kepercayaan dan persepsi nilai, kepercayaan berpengaruh secara positif secara persepsi nilai, dan hasil pengujian yang terakhir menunjukkan bahwa persepsi nilai berpengaruh secara positif terhadap minat beli.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepercayaan, Persepsi Nilai Pelanggan dan Minat Beli