

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN NEVADA**

(Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat

Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Michell Suwariyanti Yonathan

NPM: 11 03 18690

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

JULI 2015

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN NEVADA**

(Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Univeristas Atma Jaya Yogyakarta)

Disusun oleh:

Michell Suwariyanti Yonathan

NPM : 11 03 18690

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Ign. Sukirno, MS

Tanggal 13 Juli 2015

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN NEVADA**

(Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Univeristas Atma Jaya Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Michell Suwariyanti Yonathan

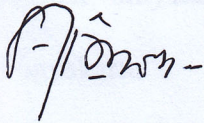
NPM: 11 03 18690

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 3 Agustus 2015 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

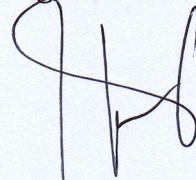


Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



Drs. Ign. Sukirno, MS



Drs. A.M. Rosa Widjojo, MBA

Yogyakarta, 3 Agustus 2015

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS
EKONOMI**

Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

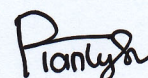
PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN NEVADA

(Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

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 dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2015

Yang menyatakan,



Michell Suwariyanti Yonathan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan pimpinan-Nya selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat pemenuhan perolehan gelar Sarjana Strata I pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Atas bantuan semua pihak berupa ide, gagasan, waktu, doa dan semangat yang mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, yaitu kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memimpin dan menyertai dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktu-Nya.
2. Bapak Drs. Ign. Sukirno, MS., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membantu dalam penyusunan tugas akhir.
3. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dalam pemberian ilmu bagi penulis.
4. Oma dan Opa, yang telah membesarkan dan memberikan waktu mereka di sisa hidup mereka untuk merawat, mendidik dan memberikan banyak dukungan bagi penulis terutama dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Orangtua yang, telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi.

6. Keluarga besar, yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
7. Komisi Pelayanan Anak dan Remaja GKNF. Terimakasih atas setiap dukungan yang telah diberikan serta doa dan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. “Aku mengucap syukur kepada Allahku setiap kali aku mengingat kamu.” (Filipi 1:3) Penulis mengucap syukur setiap kali mengingat kalian semua yang telah menjadi bagian terpenting dari hidup penulis.
8. Keluarga besar GKNF yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis.
9. KP Talitakum yang telah memberikan dukungan dan doa bagi penulis.
10. Lisa Agustin Santoso dan Nedta Septi yang telah menjadi sahabat dan saudara di dalam Kristus sejak kecil. Terimakasih atas semua dukungan dan doa yang telah diberikan. “Seorang sahabat menaruh kasih setiap waktu, dan menjadi seorang saudara dalam kesukaran.” (Amsal 17:17)
11. Brigitta Dian Kurniawati dan Felix Alfianto yang telah menjadi teman disepanjang awal kuliah hingga tugas akhir, yang telah menjadi teman seperjuangan selama empat tahun dalam melewati berbagai kesukaran dan kemudahan. “Ada teman yang mendatangkan kecelakaan, tetapi ada juga sahabat yang lebih karib dari pada seorang saudara.” (Amsal 18:24)
12. Kak Dominica Vista Angelina yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk mengajari penulis dengan sabar atas ketidaktahuan penulis hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

13. Seluruh pihak yang telah membantu sejak studi hingga proses pembuatan tugas akhir ini, yang tidak dapat penulis cantumkan satu per satu. Terimakasih.

Yogyakarta, 13 Juli 2015

Penulis



God says,

I am the One who is always by your side in the middle of the storms

I am the One who has been your friend, even when everybody else left

I am the One who always lifts you up when you have fallen

I am the One who has never lost a battle,

and the One whose voice the winds and ocean waves obey

I am the One who opens doors for you

I will never leave you;

I will never fail you

I repeat, be strong and brave! Don't be afraid and don't panic, for I, the Lord your God, am with you in all you do (Joshua 1:9)

With God All Things Are Possible (Luke 1:37)

To GOD be The Glory

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Teori Pemasaran.....	10
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen.....	12
2.2. Persepsi Nilai	15
2.3. Persepsi Kualitas.....	17
2.4. Persepsi Harga.....	19

2.5. Niat Beli.....	19
2.6. Citra Merek.....	23
2.7. Paradigma Penelitian	27
2.8. Variabel Penelitian	28
2.8.1. Variabel Independen	28
2.8.2. Variabel Dependen	29
2.9. Studi Penelitian Terdahulu	30
2.10. Pengembangan Hipotesis	32
2.10.1. Pengaruh persepsi nilai terhadap niat beli	32
2.10.2. Pengaruh persepsi kualitas terhadap niat beli.....	33
2.10.3. Pengaruh persepsi harga terhadap niat beli	33
2.10.4. Pengaruh citra merek terhadap niat beli.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Bentuk, Lokasi, dan Waktu Penelitian	35
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	35
3.3. Metode Pengumpulan Data	38
3.4. Metode Pengukuran Data	38
3.5. Metode Pengujian Instrumen Penelitian	39
3.5.1. Uji Validitas	39
3.5.2. Uji Reliabilitas	40
3.6. Metode Analisis Data	41
3.6.1. Analisis Deskriptif	41
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda	42

3.6.3. Uji Simultan	43
3.6.4. Uji Parsial	44
3.6.5. <i>Independent Sample T-Test</i>	46
3.6.6. <i>One Way ANOVA</i>	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Pengujian Instrumen	50
4.1.1. Uji Validitas	50
4.1.2. Uji Reliabilitas	52
4.2. Profil Responden.....	53
4.2.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2. Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.3. Analisis Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Pakaian Nevada.....	54
4.3.1. Uji Secara Simultan	55
4.3.2. Uji Secara Parsial	56
4.4. Analisis Perbedaan Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Merek Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin	59
4.5. Analisis Perbedaan Persepsi Harga Ditinjau Dari Perbedaan Pendapatan	60
4.6. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	66

5.3. Keterbatasan Penelitian67

DAFTAR PUSTAKA68

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Ringkasan Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.5 Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Pakaian Nevada.....	54
Tabel 4.6 Analisis Perbedaan Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Merek Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.7 Analisis Perbedaan Persepsi Harga Ditinjau Dari Perbedaan Pendapatan.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	27
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 : Uji Persentase

Lampiran 4 : Uji Regresi

Lampiran 5 : Uji *Independent Sample T-Test*

Lampiran 6 : Uji *One Way ANOVA*

Lampiran 7 : Data Responden



PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN NEVADA

(Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Disusun Oleh:

Michell Suwariyanti Yonathan

NPM: 11 03 18690

Pembimbing

Drs. Ign. Sukirno, MS

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel persepsi nilai, persepsi kualitas, persepsi harga dan citra merek terhadap niat beli konsumen. Produk yang diteliti adalah pakaian nevada. Responden dari penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti yang ada pada populasi. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah kuesioner yang disebar 100 eksemplar. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa jika di uji secara simultan variabel persepsi nilai, persepsi kualitas, persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen, namun secara parsial variabel persepsi kualitas dan persepsi harga tidak signifikan. Dalam upaya meningkatkan niat beli, pihak perusahaan harus terus mempertahankan citra baik di masyarakat karena selain manfaat dari produk, citra dari suatu merek merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memiliki niat dalam pembelian suatu produk.

Kata kunci: persepsi nilai, persepsi kualitas, persepsi harga, citra merek, niat beli.