

SKRIPSI
PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED*
***QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PROS CUBE**



DISUSUN OLEH:

Ferdinand Ricky Adi Kusuma
1723018010

Fakultas Kewirausahaan
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2022

PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PROS CUBE

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

Oleh :

Ferdinand Ricky Adi Kusuma

1723018010

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdinand Ricky Adi Kusuma

NRP : 1723018010

Judul Skripsi: Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Pros Cube

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 07 Januari 2022

Yang menyatakan,



Ferdinand Ricky Adi Kusuma

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama: Ferdinand Ricky Adi Kusuma
NRP: 1723018010

Menyetujui karya ilmiah saya,

Judul: Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Pros
Cube

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet / di media lain (*Digital
Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikianlah pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Ferdinand Ricky Adi Kusuma

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI PROS CUBE

Oleh:

Ferdinand Ricky Adi Kusuma
1723018010

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si.
Tanggal: 7 Jan 2022

Pembimbing II,



Santho Vlennerly M., SM., MM
Tanggal: 7 Januari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Ferdinand Ricky Adi Kusuma NRP: 1723018010
Telah diuji pada tanggal 10 Januari 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji,



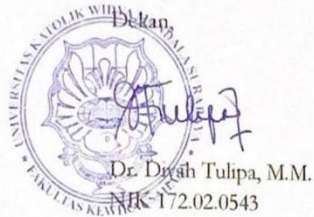
Veronika Rahmawati, SE., M.Si.
NIK 172.98.0361

Mengetahui:

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M.
NIK 172.18.0997



Dr. Diah Tulipa, M.M.
NIK 172.02.0543

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir skripsi dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PROS CUBE” dengan baik. Penulis juga ingin berterima kasih karena telah mendapat dukungan serta bimbingan dari banyak pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Kewirausahaan, Jurusan Kewirausahaan, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

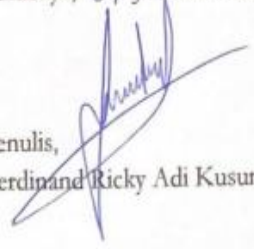
Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Diah Tulipa, M.M. selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E.,M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis
4. Bapak Santho Vlennerly M., SM.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
6. Kepada ayah penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
7. Kepada ibu penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
8. Kepada adik penulis yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang telah tempuh selama ini.
9. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi tugas akhir ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Akhir kata, mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi yang jauh dari sempurna ini. oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 07 Januari 2022

Penulis,
(Ferdinand Ricky Adi Kusuma)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 <i>Perceived Price</i>	10
2.2.2 <i>Perceived Quality</i>	11
2.2.3 Minat Beli.....	12
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	13
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap Minat Beli.....	13
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dengan Minat Beli.....	13
2.4 Kerangka atau Model Konseptual.....	14
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Objek Penelitian.....	16
3.3 Populasi dan Sampel.....	16
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	17
3.6 Statistik Deskriptif.....	19

3.7 Pengujian Kualitas Data.....	20
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	20
3.7.2 Uji Asumsi.....	20
3.7.3 Uji Model.....	21
3.7.4 Uji Hipotesis.....	21
3.7.5 Persamaan Regresi Linier.....	22
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	23
4.2 Gambaran Umum Responden.....	24
4.2.1 Demografi.....	24
4.2.2 Karakteristik Responden.....	27
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	31
4.3.1 Uji Deskriptif Variabel X1 (<i>Perceived Price</i>).....	31
4.3.2 Uji Deskriptif Variabel X2 (<i>Perceived Quality</i>).....	33
4.3.3 Uji Deskriptif Variabel Y (Minat Beli).....	34
4.4 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	35
4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	37
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
4.4.4 Uji Normalitas.....	38
4.4.5 Uji Model.....	38
4.4.6 Koefisien Determinasi.....	39
4.4.7 Uji Hipotesis.....	39
4.4.8 Persamaan Regresi Linier.....	41
4.5 Pembahasan.....	42
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap Minat Beli	43
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Minat Beli	44
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
5.2.1 Saran Praktis.....	46
5.2.2 Saran Akademis.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1 Pembagian dan Pengembalian Kuesioner.....	23
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	24
Tabel 4.3 Usia Responden.....	24
Tabel 4.4 Domisili Penelitian.....	25
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir.....	26
Tabel 4.6 Pekerjaan	26
Tabel 4.7 Pendapatan / Uang Saku per Bulan.....	27
Tabel 4.8 Data Responden Gemar Mengonsumsi Camilan.....	27
Tabel 4.9 Data Responden Gemar Mengonsumsi Camilan Sehat.....	28
Tabel 4.10 Data Responden Camilan Sehat yang Gemar Dikonsumsi.....	28
Tabel 4.11 Kesesuaian Camilan Sehat dengan Kebutuhan.....	29
Tabel 4.12 Merasakan Manfaat Dari Camilan Sehat.....	29
Tabel 4.13 Mengonsumsi Camilan Sehat Dalam 1 Bulan.....	30
Tabel 4.14 Mengonsumsi Camilan Sehat 3 Minggu Terakhir.....	31
Tabel 4.15 Kriteria Interval Skala Likert.....	31
Tabel 4.16 Hasil Uji Deskriptif Variabel X1 (<i>Perceived Price</i>)	32
Tabel 4.17 Hasil Uji Deskriptif Variabel X2 (<i>Perceived Quality</i>).....	33
Tabel 4.18 Hasil Uji Deskriptif Variabel Y (Minat Beli).....	35
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Indikator dalam Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolonieritas.....	37
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Scatterplot Heteroskedastisitas.....	37
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	38
Gambar 4.3 Hasil Uji F / ANOVA.....	38
Gambar 4.4 Data Koefisien Determinasi.....	39
Gambar 4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	39
Gambar 4.6 Data Persamaan Regresi Linier.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Data Deskriptif Responden.....	62
Lampiran 3 Data Regresi 1.....	68
Lampiran 4 Data Regresi 2.....	73
Lampiran 5 Data Regresi 3.....	78
Lampiran 6 Data Deskriptif 1.....	83
Lampiran 7 Data Deskriptif 2.....	85
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
Lampiran 9 Uji Asumsi.....	93
Lampiran 10 Uji Model dan Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 11 R Tabel Pada Uji Validitas.....	96
Lampiran 12 F Tabel Pada Uji Model.....	97
Lampiran 13 T Tabel Pada Uji Model.....	98

PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PROS CUBE

ABSTRAK

Persaingan bisnis makanan dan minuman di Indonesia akan terus meningkat dan akan membuat pelaku bisnis saling berlomba untuk mengembangkan usaha yang dimiliki, dukungan dari pemerintah terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah menjadikan siapapun dapat memulai berwirausaha. Pelaku bisnis dapat memulai usahanya dari skala terkecil sehingga kegiatan produksi dan pemasaran yang sederhana dapat dilakukan untuk dapat memulai usaha, meski dimulai dari skala yang terkecil penentuan sebuah harga jual produk dan kualitas produk yang diberikan harus menyesuaikan dengan target pasar yang dituju serta memberikan kualitas produk yang terbaik dalam hal tekstur, warna, dan rasa, serta yang terutama dapat meningkatkan kualitas dalam ketahanan pangan. Apabila harga yang diberikan sesuai dengan nilai produk dan kemampuan daya beli target pasar maka akan terbentuk sebuah persepsi harga yang dianggap wajar atau layak untuk sebuah produk yang diproduksi, upaya peningkatan dan menjaga kualitas produk agar tetap baik juga akan memberi pengaruh terhadap persepsi kualitas dari konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi harga dan persepsi kualitas terhadap minat beli Pros Cube. Penelitian ini menggunakan 109 responden dengan memperoleh data responden melalui kuesioner yang dibagikan *google form*, data tersebut kemudian diolah menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil pengolahan data dari SPSS menunjukkan bahwa adanya pengaruh persepsi harga yang positif dan signifikan terhadap minat beli Pros Cube, sedangkan persepsi kualitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Pros Cube. Melalui penelitian ini diharapkan Pros Cube dapat mempertahankan harga jual yang sudah sesuai dengan daya beli konsumen dan dapat lebih meningkatkan kualitas produk, apabila persepsi harga dan persepsi kualitas semakin meningkat dapat berpengaruh terhadap meningkatnya minat beli konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Minat Beli.

THE EFFECT OF PERCEIVED PRICE AND PERCEIVED QUALITY OF PURCHASE INTENTION PROS CUBE

ABSTRACT

Competition in the food and beverage business in Indonesia will continue to increase and will make business people compete with each other to develop their own businesses, support from the government for micro, small, and medium enterprises make anyone able to start entrepreneurship. Business people can start on a smallest scale so that simple activities and marketing can be carried out to start a business, starting from the smallest scale, a product selling price and product quality must adjust to the given target market and provide the best product quality in terms of texture, color, and taste, and which can especially improve quality in food security. If the price given is in accordance with the value of the product and the purchasing power of the target market, a price perception that is considered reasonable or appropriate for a product is formed, efforts to improve and maintain product quality to remain good will also have an influence on quality perceptions from consumers. This study was conducted to determine the perception of price and perceived quality of interest in buying Pros Cube. This study used 109 respondents by obtaining respondent data through a questionnaire distributed on google form, the data was then processed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The results of data processing from SPSS indicate that there is a positive and significant effect of price perception on buying interest in the Pros Cube, while the perception of quality has a positive and significant effect on buying interest in the Pros Cube. Through this research, it is hoped that Pros Cube can maintain a selling price that is in accordance with consumer purchasing power and can further improve product quality, if price perceptions and quality perceptions increase can affect consumer buying interest.

Keywords: Perceived Price, Perceived Quality, and Purchase Intention