

SKRIPSI

YOHAN WIJAYA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK SERBA LIMA RIBU (SERBU)
DI UFO SURABAYA**



No. BUKU	0707 / 05
TGL. TERIMA	24 Nov 2004
NAMA	FE-M
NO. BUKU	FE-M Wij PU-1
NO. HALAMAN	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK SERBA LIMA RIBU (SERBU)
DI UFO SURABAYA

SKRIPSI S-1

Diajukan kepada :
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH :

YOHAN WIJAYA

3103000222

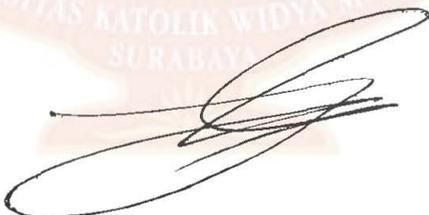
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
JANUARI 2004

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah Skripsi berjudul Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Serba Lima Ribu (Serbu) di United Fashion Outlet (UFO) Surabaya yang ditulis oleh Yohan Wijaya telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I : Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS



Pembimbing II : FN. Hendro Susanto, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Yohan Wijaya NRP : 3103000222

Telah disetujui pada tanggal : 6 Februari 2004 dan dinyatakan LULUS
oleh Ketua Tim Penguji



ARINI SE, MM

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. SIMON HARIYANTO, Ak



Drs. Ec. N. AGUS SUNARYANTO, MM

KATA PENGANTAR

Dengan berkat yang diberikan dari Tuhan Yesus Kristus maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini (skripsi) untuk memperoleh gelar S-1. Skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SERBA LIMA RIBU (SERBU) DI UNITED FASHION OUTLET (UFO) SURABAYA”, merupakan salah satu syarat yang diperlukan untuk dapat menempuh ujian keserjanaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari beberapa pihak yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing dan memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak FN. Hendro Susanto, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing dan memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Segenap pengajar dan karyawan yang membantu penulis dalam mengikuti perkuliahan di Universitas Katolik Widya Mandala.

5. Papa, Mama, dan Kakak tercinta yang selalu memberikan dorongan baik moril, material dan do'a untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi.
6. Manajer dan karyawan UFO yang telah memberi kesempatan pada penulis untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Sahabat serta teman-teman penulis yang membantu serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis yaitu : Andree, Yanto, Sandhi, Yeni, Yuli, Handoko.

Akhir kata penulis mengharapkan agar penulisan skripsi ini dapat memberikan bantuan dan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Surabaya, Januari 2004

Penulis

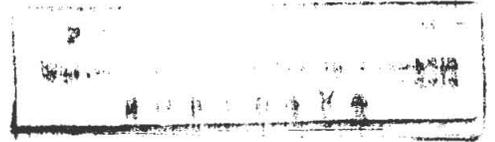
ABSTRAKSI

Perusahaan yang ada di pasar harus memiliki harga dan kualitas yang mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Sehingga perusahaan dalam usahanya untuk mencapai tujuan-tujuan yang dicanangkan dapat tercapai atau bahkan perusahaan dapat memperluas pangsa pasar yang dimiliki. Selain perusahaan harus memiliki produk dengan harga dan kualitas yang kompetitif, perusahaan juga harus melakukan riset pemasaran untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang mungkin terjadi pada perilaku konsumen sehingga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk yang dimiliki perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh harga dan kualitas yang dimiliki produk serba lima ribu (serbu) terhadap keputusan pembelian konsumennya. Data-data yang diperoleh dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap responden data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan regresi berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi. Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis yang diuji melalui uji F dan uji t, untuk uji F didapat nilai F hitung = 48,537, F tabel = 3,0902. Sehingga hipotesis pertama yaitu diduga harga dan kualitas yang dimiliki produk serbu bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dapat diterima, untuk harga uji t didapat t hitung = 6,260 > t tabel 1,9847 dan untuk kualitas uji t hitung = 5,459 > t tabel 1,9847, sehingga hipotesis kedua yaitu diduga harga produk serbu yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dapat diterima.

Dari hasil uji diatas maka diperoleh dua simpulan : Simpulan pertama adalah bahwa harga dan kualitas produk serbu secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Simpulan kedua adalah bahwa harga produk serbu memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian konsumen daripada kualitas yang dimiliki produk serbu.

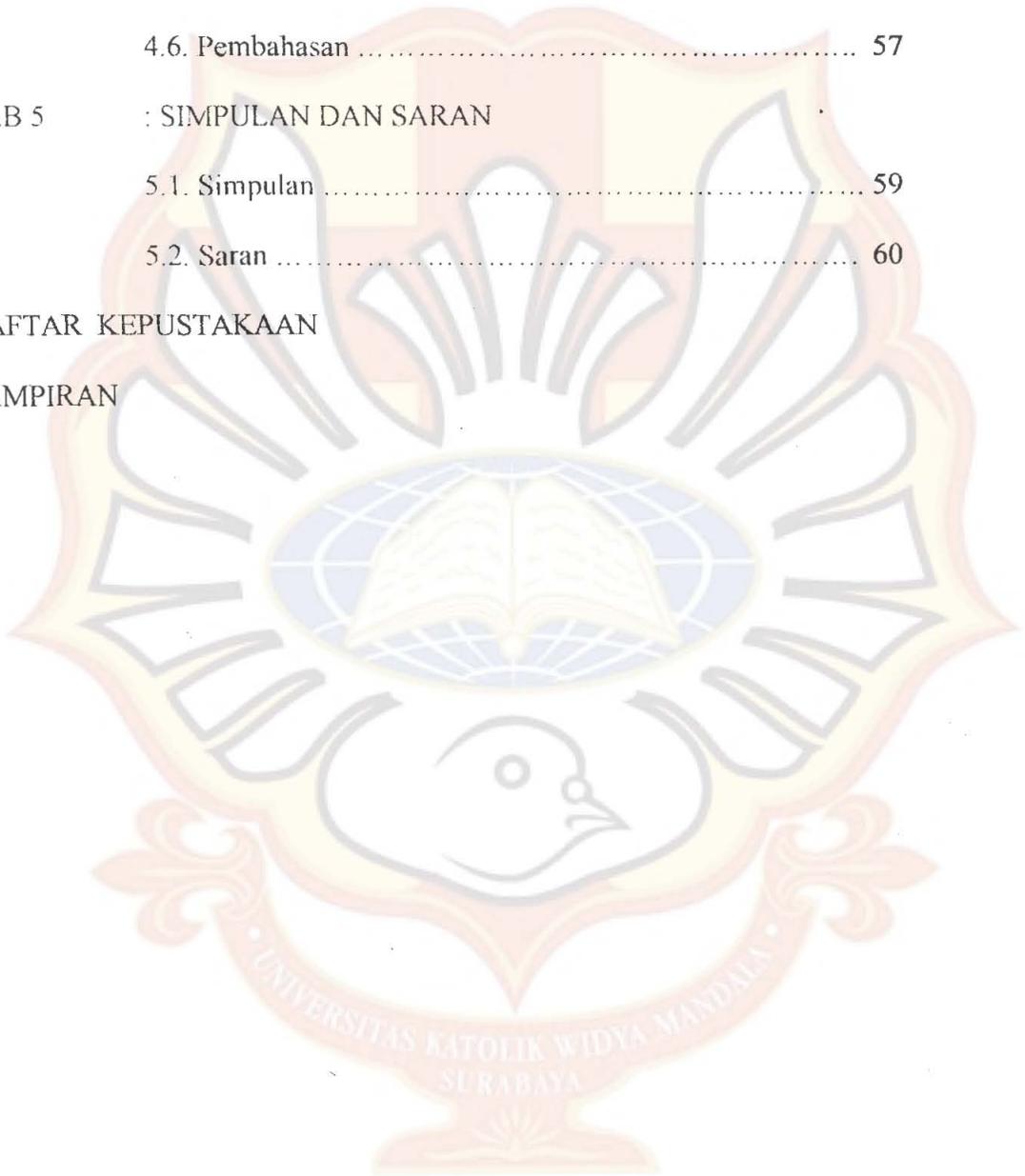
DAFTAR ISI



HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Landasan Teori	
2.1.1. Persepsi.....	7
2.1.2. Harga.....	9
2.1.3. Kualitas.....	16
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22
2.2. Hipotesis	26

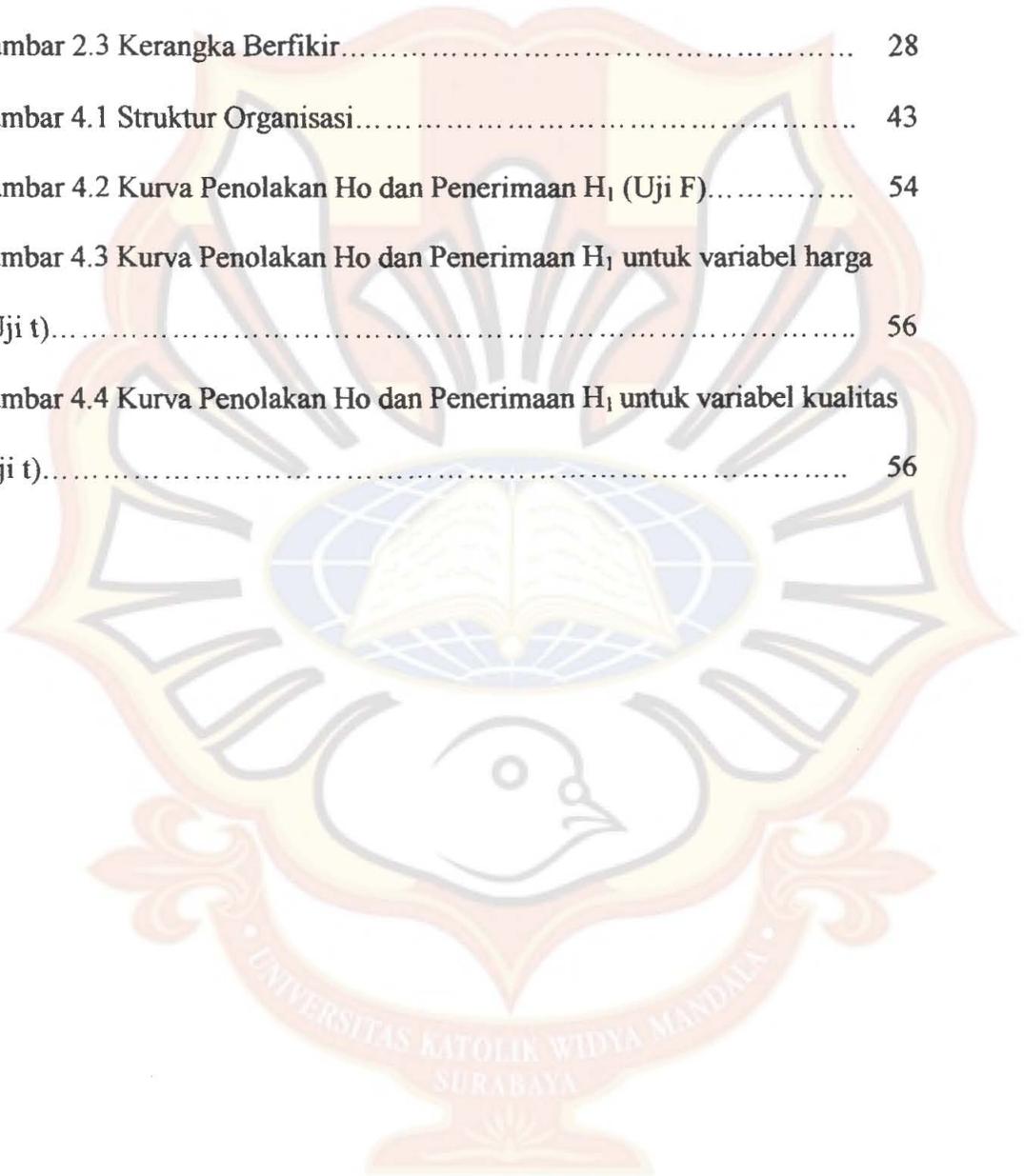
	2.3. Kerangka Berpikir.....	28
BAB 3	: METODE PENELITIAN	
	3.1. Desain Penelitian	29
	3.2. Identifikasi Variabel	29
	3.3. Definisi Operasional	30
	3.4. Jenis Data dan Sumber Data	
	3.4.1. Jenis Data.....	32
	3.4.2. Sumber Data	32
	3.5. Pengukuran Data	33
	3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	33
	3.7. Populasi , Sampel, dan Teknik Pengambilan Keputusan	
	3.7.1. Populasi.....	34
	3.7.2. Sampel	35
	3.7.3. Teknik Pengambilan Data.....	36
	3.8. Teknik Analisis Data	36
	3.9. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	39
BAB 4	: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
	4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	42
	4.1.2. Struktur Organisasi	43
	4.1.3. Lokasi Perusahaan	44
	4.1.4. Tujuan Perusahaan	44
	4.2. Deskripsi Data	45

4.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	50
4.4. Analisis Data.....	51
4.5. Uji Hipotesis.....	53
4.6. Pembahasan	57
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	



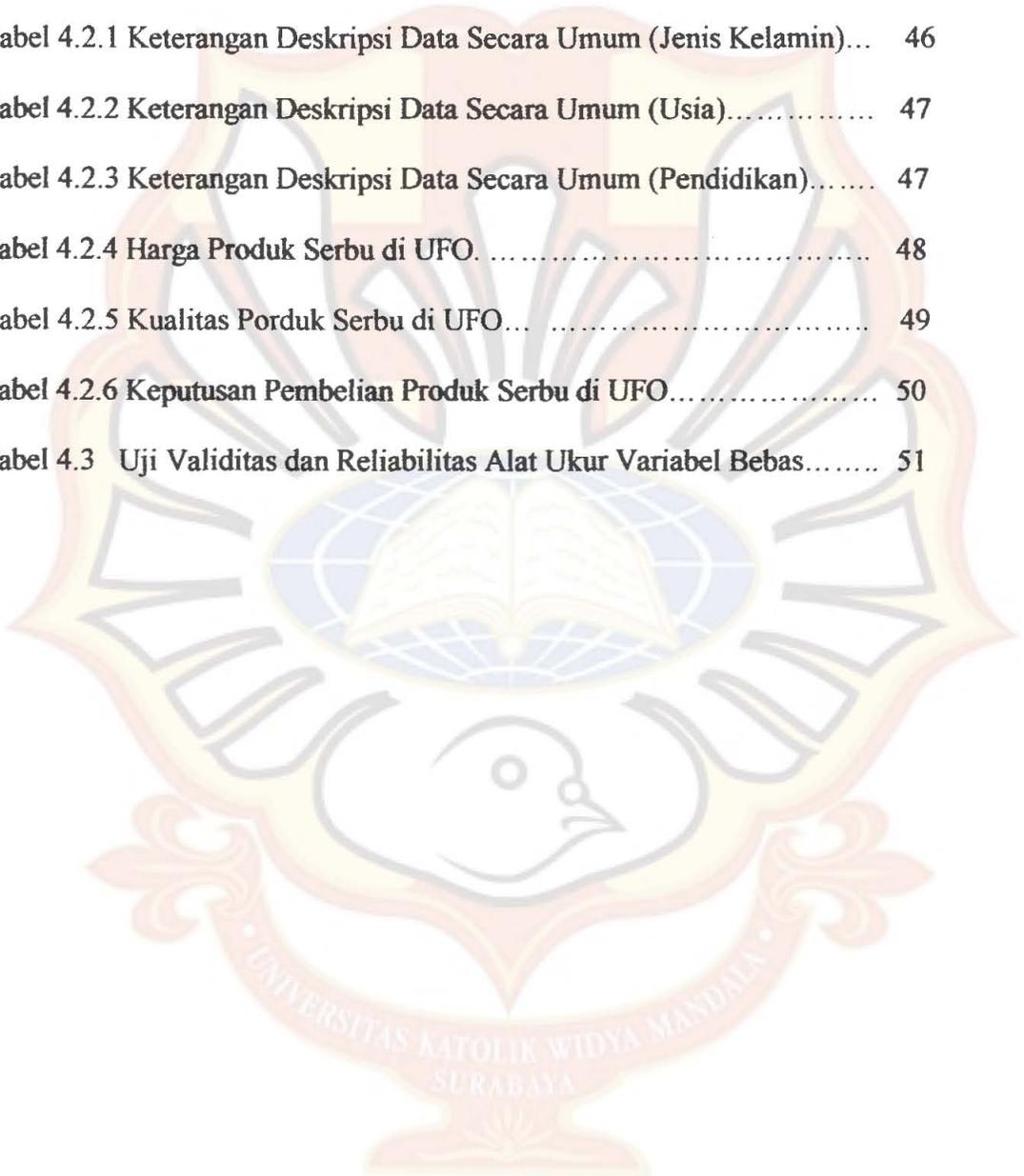
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian.....	25
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 4.2 Kurva Penolakan H_0 dan Penerimaan H_1 (Uji F).....	54
Gambar 4.3 Kurva Penolakan H_0 dan Penerimaan H_1 untuk variabel harga (Uji t).....	56
Gambar 4.4 Kurva Penolakan H_0 dan Penerimaan H_1 untuk variabel kualitas (Uji t).....	56



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Keterangan pertumbuhan ekonomi.....	1
Tabel 4.2.1 Keterangan Deskripsi Data Secara Umum (Jenis Kelamin)...	46
Tabel 4.2.2 Keterangan Deskripsi Data Secara Umum (Usia).....	47
Tabel 4.2.3 Keterangan Deskripsi Data Secara Umum (Pendidikan).....	47
Tabel 4.2.4 Harga Produk Serbu di UFO.	48
Tabel 4.2.5 Kualitas Porduk Serbu di UFO... ..	49
Tabel 4.2.6 Keputusan Pembelian Produk Serbu di UFO.....	50
Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Variabel Bebas.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Kuesioner Responden
2. Hasil Kuesioner
3. Frequency Tabel
4. Reability
5. Correlations
6. Regression
7. Tabel nilai F dan tabel nilai T

