

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN
TERHADAP MINAT BELI SOERABAIA
DE CHOCOLADE**



DISUSUN OLEH :

Natanael Wicaksono Prayogo

1723017004

Fakultas Kewirausahaan
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2021

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN
TERHADAP MINAT BELISOERABAIA
DE CHOCOLADE**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarja Bisnis
Fakultas Kewirausahaan

Oleh :

NATANAEL WICAKSONO PRAYOGO

1723017003

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natanael Wicaksono Prayogo

NRP : 1723017004

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Soerabaia De Chocolate

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, 20 November 2021

Yang Menyatakan,



Natanael Wicaksono Prayogo

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natanael Wicaksono Prayogo

NRP : 1723017004

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kemasan Terhadap Minat Beli Soerabaia De Chocolate

Menyetujui karya ilmiah saya, untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau di media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta. Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya 11 Januari 2022

Yang menyatakan,



Natanael Wicaksono Prayogo

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI SOERABAIA DE CHOCOLADE

Oleh:

Natanael Wicaksono Prayogo

1723017004

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

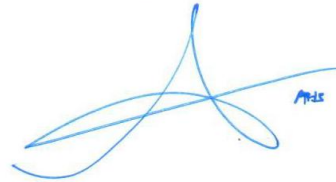
Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, MM

Tanggal: 21/12/2021

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE, MM

Tanggal: 18 Desember 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Natanael Wicaksono Prayogo NRP:1723017004
Telah diuji pada tanggal 05 Januari 2022.dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

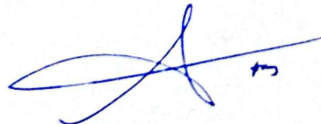
Ketua Tim Penguji,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Mengetahui :

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE,MM
NIK 172.18.0997

Dekan,



Dr. Divya Tulipa, MM
NIK 172.02.0543

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya ucapkan terima kasih kepada Tuhan yang telah mempermudah dalam pembuatan skripsi ini, hingga akhirnya terselesaikan dengan tepat waktu. Tanpa bantuan Tuhan, saya bukanlah siapa-siapa. Seluruh berkat limpahan karunia-Nya hingga saat ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi tentang "Pengaruh persepsi harga dan kemasan terhadap minat beli Socrabaia De Chocolate memenuhi sebagian persyaratan mendapat gelar sarjana bisnis. Tak lupa saya sebagai penulis mengucapkan rasa terima kasih seluruh rekan dan pihak yang telah mendukung. Serta membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan pula terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM. Selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE, MIM Selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Kewirausahaan.
4. Seluruh Dosen Praktisi Kewirausahaan yang telah banyak berbagi dan mengajarkan ilmu-ilmu baru yang dapat diterapkan dalam bidang bisnis,
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya staf dan karyawan Fakultas Kewirausahaan.

Socrabaia Da Chocolate merupakan bisnis di bidang kuliner dengan menyajikan makanan ringan yang aman dan sehat untuk dikonsumsi yang memiliki jenis cokelat berbeda dengan pesaing dan juga memiliki kelebihan dengan memberikan kualitas terbaik sehingga konsumen puas untuk membeli produk dari Socrabaia De Chocolate. Selaku penulis, saya menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya selaku penulis mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan yang terdapat di dalam penulisan skripsi saya. Dengan senang hati, saya selaku penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga karya tulis ilmiah yang saya buat dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya 20 November 2021



Natanael Wicaksono Prayogo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK ENGLISH.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	12
2.4 Kerangka/Model Konseptual.....	13
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	14
3.2. Obyek Penelitian.....	14
3.3. Populasi dan Sampel.....	14
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	16
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	16
3.6. Statistik Dekriptif.....	19
3.7. Pengujian Data.....	19
3.8. Uji Asumsi.....	20
3.9. Uji Model.....	21
3.10. Uji Hipotesis.....	21
3.11 Rumus Persamaan Regresi Berganda.....	22
3.12 Tingkat Kepentingan Variabel.....	22
BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuisisioner.....	23

4.2 Hasil Uji Deskriptif Demografi.....	24
4.3 Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden.....	29
4.4 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	35
4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.6 Hasil Uji Model.....	39
4.7 Hasil Uji F (Uji Anova).....	40
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	41
4.9 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	42
4.10 Pembahasan.....	43
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	47
Daftar Pustaka.....	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden.....	22
Tabel 4.2 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	24
Tabel 4.3 Frekuensi Usia Responden.....	24
Tabel 4.4 Frekuensi Asal Kota Responden.....	25
Tabel 4.5 Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	26
Tabel 4.6 Frekuensi Pekerjaan Responden.....	27
Tabel 4.7 Frekuensi Penghasilan Per-Bulan Responden.....	28
Tabel 4.8 Nilai interval dan Kriteria Variabel.....	29
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Kemasan Produk.....	29
Tabel 4.10 Hasil Uji Deskriptif Persepsi Harga.....	31
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif Minat Beli.....	33
Tabel 4.12 Validitas Indikator dalam Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4.13 Reabilitas Variabel Penelitian	36
Tabel 4.14 Uji Multikolineritas.....	37
Tabel 4.15 Uji Model.....	38
Tabel 4.16 Uji ANOVA/Uji F.....	39
Tabel 4.17 Uji Hipotesis.....	39
Tabel 4.18 Penerimaan Hipotesis.....	39
Tabel 4.19 Data Persamaan Regresi Linear.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Coklat di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Contoh Desain Packaging Lapis 3.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 4.2 Scatteplot Heteroskedastisitas.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Penelitian

Lampiran 3. Data Deskriptif

ABSTRACT

The food and beverage business from ancient times to the present day has never been a stranger to society because humans will always need food and drinks, so that business opportunities in the culinary field, especially the chocolate business, are quite wide open. The purpose of this study was to analyze the effect of perceived price and packaging on buying interest in Soerabaia de chocolade. The research was conducted by distributing questionnaires given to friends, relatives, and the general public. Questionnaires were distributed to 126 respondents and a total of 105 questionnaires that met the requirements of respondent criteria and face validity. The study used respondents with criteria 15-55 years old, male and female, and domiciled in the city of Surabaya. In this study, regression analysis was used. multiple linearity based on T-test that can be used to explain the effect of an independent variable on the dependent variable. From the results of the study, it can be concluded that there is an influence of price and packaging perceptions on buying interest in Soerabaia De Chocolade

Keywords: Food and beverage, Soerabaia De Chocolade, price perception, packaging, buying interest,

ABSTRAK

Bisnis makanan dan minuman dari zaman dahulu sampai zaman sekarang tidak pernah asing di kalangan masyarakat sebab manusia akan selalu membutuhkan makanan dan minuman, sehingga peluang bisnis di bidang kuliner terutama bisnis coklat terbuka cukup luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh persep harga dan kemasan terhadap minat beli soerabaia de chocolate. Penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisisioner yang diberikan pada teman, kerabat, masyarakat umum. Penyebaran kuisisioner dilakukan kepada 126 responden dan total kuisisioner yang memenuhi syarat kriteria responden dan face validity sebanyak 105. penelitian menggunakan responden dengan kriteria 15-55 tahun, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dan berdomisili di Kota Surabaya.pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda berdasarkan uji-T yang bisa digunakan untuk menerangkan pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat pengaruh persepsi harga dan kemasan terhadap minat beli Soerabaia De Chocolate

Kata Kunci: Makanan dan minuman, Soerabaia De Chocolate, persepsi harga, kemasan, minat beli