

**ANALISIS HARGA DAN PRODUK TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN KONSUMEN BATIK BEKASI DIMEDIASI NIAT  
BELI**

**TESIS**



**Rastansya Anandhika  
2211001042**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2025**

**Rastansya Anandhika  
2211001042**

**ANALISIS HARGA DAN PRODUK TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN KONSUMEN BATIK BEKASI DIMEDIASI NIAT BELI**



**2025**

**ANALISIS HARGA DAN PRODUK TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN KONSUMEN BATIK BEKASI DIMEDIASI NIAT  
BELI**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister  
Manajemen**



**Rastansya Anandhika**

**2211001042**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2025**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Rastansya Anandhika**

**NIM : 2211001042**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 15 Juli 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Rastansya Anandhika  
NIM : 2211001042  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisa Harga dan Produk Terhadap Perilaku Pembelian  
Konsumen Batik Bekasi Dimediasi Niat Beli

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. agr. Wahyudi David, S.TP. M.Sc. (  )

Penguji I : Prof. Muchsin Saggaff Shibab, SE., (  )  
MSc., MBA., PhD

Penguji II : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Juli 2025

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. , karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Fakultas Universitas Bakrie. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. agr. Wahyudi David S.T.P., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Prof. Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran berharga yang sangat membantu penyempurnaan tesis ini.
- 3) Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran berharga yang sangat membantu penyempurnaan tesis ini.
- 4) Prof. Dr. Retno Purwani Setyaningrum, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing informal yang telah berkenan memberikan banyak arahan, masukan, dan semangat selama proses penyusunan tesis ini.
- 5) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 6) Serta sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Swt. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 15 Juli 2025

Penulis



Rastansya Anandhika

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rastansya Anandhika

NIM : 2211001042

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **Analisis Harga dan Produk Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Batik Bekasi Dimediasi Niat Beli**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi  
Pada tanggal : 15 Juli 2025

Yang menyatakan



( Rastansya Anandhika )

**ANALISIS HARGA DAN PRODUK TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN KONSUMEN BATIK BEKASI DIMEDIASI NIAT BELI**

Rastansya Anandhika

---

**ABSTRAK**

Batik Bekasi sebagai produk lokal memiliki potensi berkembang, namun masih menghadapi tantangan dalam menarik niat dan perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung harga dan produk terhadap niat beli dan perilaku pembelian, serta pengaruh tidak langsung keduanya terhadap perilaku pembelian melalui niat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang dikumpulkan dari 96 konsumen Batik Bekasi melalui formulir Google. Responden terdiri dari konsumen yang membeli langsung di workshop Kombas (Bekasi Timur/Blueplaza) maupun secara online, dan data dianalisis menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli, namun hanya produk yang berpengaruh langsung terhadap perilaku pembelian sementara harga tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Niat beli berperan sebagai mediator yang signifikan dalam memperkuat pengaruh harga dan produk terhadap perilaku pembelian konsumen Batik Bekasi.

Kata kunci : Harga, Produk, Niat Beli, Perilaku Pembelian

**ANALYSIS OF PRICE AND PRODUCT ON THE PURCHASE BEHAVIOUR  
OF BEKASI BATIK CONSUMERS MEDIATED BY PURCHASE  
INTENTION**

Rastansya Anandhika

---

**ABSTRACT**

*Batik Bekasi, as a local product, has the potential to grow, but still faces challenges in attracting consumer interest and purchase behavior. This study aims to examine the direct effects of price and product on purchase intention and purchase behavior, as well as their indirect effects on purchase behavior through purchase intention. This research uses a quantitative approach with data collected from 96 Batik Bekasi consumers through a Google Form. Respondents consisted of consumers who made purchases directly at the Kombas workshop (East Bekasi/Blueplaza) and those who purchased online, with data analyzed using SmartPLS 3.2.9. The results show that price and product significantly influence purchase intention, but only product has a direct effect on purchase behavior, while price does not. Purchase intention acts as a significant mediator in strengthening the influence of price and product on consumer purchase behavior toward Batik Bekasi.*

*Keyword : Price, Product, Purchase Intention, Purchase Behaviour*

## DAFTAR ISI

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                                       | 2         |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                     | vi        |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH .....                               | v         |
| ABSTRAK .....                                             | iii       |
| ABSTRACT .....                                            | iiiv      |
| DAFTAR ISI.....                                           | iv        |
| DAFTAR TABEL .....                                        | ix        |
| DAFTAR GAMBAR.....                                        | x         |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                     | xi        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                   | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                  | 12        |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                               | 13        |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                              | 13        |
| <b>BAB II DESKRIPSI OBJEK .....</b>                       | <b>14</b> |
| 2.1 Deskripsi objek .....                                 | 14        |
| 2.2 Pesaing .....                                         | 14        |
| 2.3 Ruang Lingkup Penelitian .....                        | 15        |
| <b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA / KERANGKA PEMIKIRAN.....</b> | <b>16</b> |
| 3.1 Fashion Batik .....                                   | 16        |
| 3.2 Strategi Pemasaran.....                               | 17        |
| 3.2.1 Definisi Pemasaran.....                             | 17        |
| 3.2.2 Definisi Strategi Pemasaran .....                   | 18        |
| 3.2.3 Komponen Strategi Pemasaran .....                   | 19        |
| 3.2.4 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran .....          | 20        |
| 3.3 Harga.....                                            | 22        |
| 3.3.1 Definisi Harga .....                                | 22        |
| 3.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....                | 22        |
| 3.3.3 Indikator Harga .....                               | 24        |
| 3.4 Produk.....                                           | 25        |
| 3.4.1 Definisi Produk .....                               | 25        |
| 3.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Produk.....                | 25        |
| 3.4.3 Indikator Produk .....                              | 26        |
| 3.5 Niat Beli .....                                       | 26        |
| 3.5.1 Definisi Niat Beli .....                            | 26        |
| 3.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli .....            | 27        |
| 3.5.3 Indikator Niat Beli.....                            | 28        |
| 3.6 Perilaku Pembelian .....                              | 29        |
| 3.6.1 Definisi Perilaku Pembelian.....                    | 29        |
| 3.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....    | 29        |

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.3 Indikator Perilaku Pembelian .....                            | 30        |
| 3.7 Penelitian Terdahulu .....                                      | 31        |
| 3.8 Kerangka Pikiran .....                                          | 34        |
| 3.9 Hipotesis Penelitian .....                                      | 35        |
| <b>BAB IV METODOLOGI .....</b>                                      | <b>40</b> |
| 4.1 Metode Penelitian .....                                         | 40        |
| 4.2 Populasi dan Sampel .....                                       | 40        |
| 4.3 Teknik Sampling .....                                           | 41        |
| 4.4 Jenis dan Sumber Data .....                                     | 41        |
| 4.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 42        |
| 4.6 Operasionalisasi Variabel .....                                 | 43        |
| 4.7 Teknik Analisis Data .....                                      | 43        |
| 4.7.1 Analisa Outer Model .....                                     | 44        |
| 4.7.2 Analisa Inner Model .....                                     | 44        |
| 4.7.3 Uji Hipotesis .....                                           | 44        |
| <b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>                     | <b>46</b> |
| 5.1 Hasil Penelitian .....                                          | 46        |
| 5.1.1 Karakteristik Responden .....                                 | 46        |
| 5.1.2 Analisa <i>Outer Model</i> .....                              | 48        |
| 5.1.2.1 Uji Validitas Konvergen .....                               | 49        |
| 5.1.2.2 Uji Validitas Diskriminan .....                             | 51        |
| 5.1.2.3 Uji Reliabilitas Cronbach Alpha .....                       | 52        |
| 5.1.2.4 Uji Reliabilitas Composite Reliability .....                | 52        |
| 5.1.3 Analisa <i>Inner Model</i> .....                              | 53        |
| 5.1.4 Analisa Hipotesis .....                                       | 54        |
| 5.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....                               | 56        |
| 5.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Niat Beli .....                       | 56        |
| 5.2.2 Pengaruh Produk Terhadap Niat Beli .....                      | 57        |
| 5.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Pembelian .....              | 57        |
| 5.2.4 Pengaruh Produk Terhadap Perilaku Pembelian .....             | 58        |
| 5.2.5 Pengaruh Niat Beli Terhadap Perilaku Pembelian .....          | 58        |
| 5.2.6 Pengaruh Tidak Langsung Harga melalui Niat Beli .....         | 59        |
| 5.2.7 Pengaruh Tidak Langsung Produk melalui melalui Niat Beli .... | 59        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                                         | <b>61</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....                                                | 61        |
| 6.2 Implikasi Penelitian .....                                      | 64        |
| 6.3 Keterbatasan Penelitian .....                                   | 64        |
| 6.4 Saran .....                                                     | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                         | <b>66</b> |
| <b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>                                    | <b>72</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Kesenjangan Penelitian .....                  | 9  |
| Tabel 4. 1 Skala Likert .....                            | 42 |
| Tabel 4. 2 Operasionalisasi Variabel .....               | 42 |
| Tabel 5. 1 Karakteristik Responden .....                 | 46 |
| Tabel 5. 2 Outer Loading .....                           | 50 |
| Tabel 5. 3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> ..... | 52 |
| Tabel 5. 4 <i>Cronbach's Alpha</i> .....                 | 52 |
| Tabel 5. 5 <i>Composite Reliability</i> .....            | 53 |
| Tabel 5. 6 <i>R-Square</i> .....                         | 53 |
| Tabel 5. 7 <i>Path Coefficient</i> .....                 | 54 |
| Tabel 5. 8 <i>Specific Indirect Effects</i> .....        | 55 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 10 Provinsi yang Punya Produsen Batik Terbanyak ..... | 2  |
| Gambar 1. 2 Provinsi Asal Ekspor Batik Indonesia.....             | 3  |
| Gambar 1. 3 Realisasi Impor Batik Indonesia .....                 | 4  |
| Gambar 1. 4 Motif Batik Bekasi .....                              | 6  |
| Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....                               | 34 |
| Gambar 5. 1 <i>Path Outer Model</i> .....                         | 49 |
| Gambar 5. 2 Hasil <i>Outer Loading</i> .....                      | 50 |
| Gambar 5. 3 Hasil Hipotesis Bootstrapping.....                    | 56 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 : Lembar Kuesioner .....                                  | 72 |
| Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Angka Responden .....                    | 80 |
| Lampiran 3 : Hasil Olah Data SmartPLS 3 ( <i>Outer Model</i> ).....  | 90 |
| Lampiran 4 : Hasil Olah Data SmartPLS 3 ( <i>Inner Model</i> ) ..... | 91 |
| Lampiran 5 : Uji Hipotesis.....                                      | 92 |