

**Hubungan Persepsi Harga Dan Persepsi Produk Organik Dengan
Keputusan Pembelian Ayam Goreng Merek *O'Chiken* Pada
Masyarakat Ragunan, Jakarta Selatan**

TUGAS AKHIR

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



Muhammad Imam Arief

1131001012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Muhammad Imam Arief

NIM : 1131001012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Agustus.....2018

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Imam Arief
NIM : 1131001012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Hubungan Persepsi Harga Dan Persepsi Produk Organik
Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Merek
O'Chiken Pada Masyarakat Ragunan, Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bapak Dedy Herdiansjah, M. Sc, MBA, PhD

Penguji I : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

Penguji II : Gunardi Endro M.B.A., M. Hum., M. Sos.sci., PhD

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaiannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Kedua orang tua tercinta Ibu Isandriana dan Iwan Handoko dan keluarga saya (Om Abi, Bude Rosa, Mas Adit, Mba nissa, Mba Sinta, Mba Fani, The Eli dan Mas Irfan) yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
- 2) Bapak Dedy Herdiansjah, M. Sc, MBA, PhD sebagai pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
- 3) Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku Dosen Pemabahas Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan tugas akhir ini.
- 4) Sahabatku Maudi, Jaka, dan Auzi, Suaid dan grup Bosque (Jaka, Dyan, Ricky, Wingga, Arven) yang selalu memotivasi dan banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungannya dalam pembuatan tugas akhir ini

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membala segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Imam Arief
NIM : 1131001012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

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

Hubungan Persepsi Harga Dan Persepsi Produk Organik Dengan Keputusan Pembelian Ayam Goreng Merek O'Chiken Pada Masyarakat Ragunan, Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalty Nonesklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : Jakarta
Pada Tanggal : 26 Februari 2018

Yang Menyatakan



Muhammad Imam Arief

**HUBUNGAN PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI PRODUK ORGANIK
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GORENG MEREK
O'CHIKEN PADA MASYARAKAT RAGUNAN, JAKARTA SELATAN**

MUHAMMAD IMAM ARIEF

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan persepsi harga dan persepsi produk organik terhadap keputusan pembelian ayam goreng merek *O'Chiken* pada masyarakat Ragunan, Jakarta Selatan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen ayam goreng *O'Chiken* pada daerah Jakarta Selatan. Responden diambil dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukan bahwa variabel persepsi harga dan persepsi konsumen pada makanan organik berhubungan secara simultan terhadap keputusan pembelian ayam goreng merek *O'Chiken* sebesar 78,3%. Sedangkan variabel persepsi harga secara parsial berhubungan terhadap keputusan pembelian sebesar 5,6 % dan persepsi konsumen pada makanan organik secara parsial berhubungan terhadap keputusan pembelian sebesar 72,7 %.

Kata kunci: persepsi harga, makanan organik, *O'Chiken*.

***RELATIONAL PHENOMENON OF PRICE PERCEPTION AND
PERCEPTION OF CONSUMERS ON ORGANIC FOOD TO THE BUYING
DECISION OF FRIED CHICKEN BRAND O'CHIKEN ON SOCIETY OF
RAGUNAN, SOUTH JAKARTA***

MUHAMMAD IMAM ARIEF

ABSTRACT

This research aims to analyze the relation off price perception and perception of consumers on organic food to the buying decision of fried chicken brand o'chiken on society of Ragunan, Ssouth Jakarta. Respondent in this research is consumer of fried chicken in South Jakarta area. Respondents were taken by purposive sampling technique as many as 100 people. The analysis method for this research used multiple linear regression analysis process. The results of multiple linear regression analysis showed that the variable of price perception and consumer perception on buying decision of O'Chiken's fried coffee was 78,3%. While the price decision variables for purchasing decisions of 5.6% and consumer perceptions on purchasing decisions of 72.7%.

Keywords: price perception, organic food, O,Chiken.

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	i
Halaman Pengesahan Tugas Akhir.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT.....</i>	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Bab I Pendahuluan.....	8
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
Bab II Landasan Teori.....	16
2.1 Persepsi Harga.....	16
2.1.1 Pengertian Persepsi Harga.....	16
2.1.2 Dimensi Persepsi Harga.....	17
2.2 Makanan Organik.....	19
2.2.1 Pengertian Makanan Organik.....	19
2.2.2 Perbandingan Makanan Organik Dengan Makanan Konvensional.....	21
2.2.3 Dimensi Makanan Organik.....	21
2.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Kerangka Hipotesis.....	27
Bab III Metode Penelitian.....	28

3.1 Metode Penelitian.....	28
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Instrumen Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	30
3.6.1 Variabel Penelitian.....	30
3.6.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reabilitas.....	34
3.7.3 Uji Normalitas.....	35
3.7.4 Uji Multikolinearitas.....	35
3.7.5 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi.....	36
3.7.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	36
3.8 Uji Hipotesis.....	37
3.9 Uji Model Secara Keseluruhan (Anova F test) dan Uji Signifikansi Parameter Individual (T test).....	37
3.9.1 Uji F (Anova F test).....	37
3.9.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T).....	38
Bab IV Analisis dan Pembahasan.....	39
4.1 Pre-Test Kuesioner.....	39
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	41
4.3 Uji Validitas.....	43
4.4 Uji Reabilitas.....	45
4.5 Uji Normalitas.....	45
4.6 Uji Multikolinearitas.....	46
4.7 Uji Heteroskedasstisitas.....	47
4.8 Uji koefisien Determinasi.....	48
4.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.9.1 Pengujian Hipotesis (Uji F) dan Uji T.....	51
4.10 Pembahasan.....	53

Bab V Kesimpulan dan Saran.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Implikasi Managerial.....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.4 Saran.....	57
Daftar Pustaka.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produksi Ras Ayam Pedaging.....	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas 30 Responden.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 100 Responden.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.6. Model Summary.....	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gerai <i>O'Chiken</i> di daerah Ragunan, Jakarta Selatan.....	10
1.2 Daftar Menu dan Harga <i>O'Chiken</i>	11
1.3 Informasi Singkat tentang Komposisi <i>O'Chiken</i>	12
2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	22
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	46
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	68
Lampiran 3 Reliabilitas N=30 Responden (pre-test).....	69
Lampiran 4 Reliabilitas N=100 Responden.....	70
Lampiran 5 Koefisien Determinasi.....	71
Lampiran 6 Hasil Uji F dan Uji t.....	72
Lampiran 7 Hasil Uji Multikorelasi.....	73
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Lampiran 9 Contoh Restoran dan Produk Makanan Organik.....	75