

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
NILAI SOSIAL DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAIN TAPIS LAMPUNG
(Studi Kasus pada Galeri Kalianda-Jakarta)**

THESIS



FENNY SEPTIYANA

NIM 2181001022

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
NILAI SOSIAL DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAIN TAPIS LAMPUNG
(Studi Kasus Pada Galeri Kalianda-Jakarta)**

THESIS

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



FENNY SEPTIYANA

NIM 2181001022

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

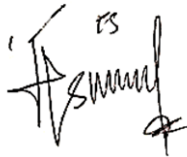
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fenny Septiyana

NIM : 2181001022

Tanda Tangan

: 

Tanggal : 11 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Thesis ini diajukan oleh :

Nama : Fenny Septiyana

NIM : 2181001022

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Nilai Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Kain Tapis Lampung (Studi Kasus Pada Galeri Kalianda-Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk melakukan penelitian pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D

(
Muchsin)

Pembahas : Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M.

()

Penguji : Dr. Jerry Heykal, S.T., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Thesis ini. Penulisan Thesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Thesis ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, kepercayaan, dukungan moril dan materil selama saya menjalani penelitian ini;
- 2) Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M. dan Dr. Jerry Heykal, S.T., M.M. selaku dosen penguji ahli yang telah berkenan untuk menguji, memberikan masukan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan thesis ini;
- 3) Seluruh staf dan pengajar Program Studi Magister Manajemen yang telah memberi bantuan, ilmu dan bimbingan;
- 4) Pemilik Galeri Kalianda, Ibu Hj. Roslina Daan, Kak Fieta Melianda, dan seluruh staf Galeri Kalianda yang telah berkenan memberikan bantuan dan bimbingan selama penulis melakukan penelitian di Galeri Kalianda, Jakarta;
- 5) Kedua orang tua, Ir. Fred Andrew Matullessya dan Hj. Rosnita, serta Keluarga Besar H. M. Isa atas bantuan, do'a dan limpahan kasih sayang serta dukungan moril yang tiada batas;
- 6) Adikku tersayang, Fiena Febriyana yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan;
- 7) Ibu Ade Syarfuan dan seluruh responden yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi kelancaran penelitian penulis;
- 8) Tiara Indra Saraswati yang telah membantu menyusun ide penelitian dan memberikan semangat untuk bisa meraih gelar magister bersama-sama;
- 9) Muhamad Isman Sabar Juang yang telah sabar membantu memulai, memproses dan menyelesaikan thesis ini;
- 10) Rekan penelitian thesis penulis, Maulida Azmi, Amir Ismail, dan Wiwit Tristiyanto Putra atas bantuan dan kerja samanya;

- 11) Teman-teman terbaik penulis, Nova Arandika, dan Muhammad Rayyan Haramain yang telah memberikan dukungan dan do'a hingga penulis dapat menyelesaikan thesis ini;
- 12) Keluarga besar Magister Manajemen Batch 10, terima kasih untuk tahun-tahun yang sangat berharga dan luar biasa ini;
- 13) serta rekan, kerabat dan sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat dan dukungan selama saya menyelesaikan thesis ini;

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

Jakarta, Agustus 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Fenny Septiyana
NIM : 2181001022
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Thesis

demikian 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:

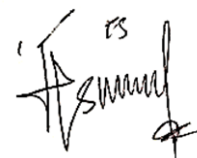
Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Nilai Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Kain Tapis Lampung (Studi Kasus Pada Galeri Kalianda-Jakarta)

berserta 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 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 : 11 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Fenny Septiyana)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN NILAI
SOSIAL DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN
TAPIS LAMPUNG (STUDI KASUS PADA GALERI KALIANDA-
JAKARTA)**

Fenny Septiyana

ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang penting dalam menentukan eksistensi suatu produk. Galeri Kalianda adalah usaha yang bergerak di bidang fesyen penyedia kain tapis yang merupakan salah satu kain tenunan yang berasal dari daerah Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan nilai sosial dan budaya (X3) yang mempengaruhi keputusan pembelian kain tapis Lampung (Y). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling dengan (n=60) yang telah melakukan pembelian dan pengguna kain tapis Lampung di Galeri Kalianda, Jakarta. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, didapatkan model $Y = 0.570 + 0.136(x1) + 0.299(x2) + 0.223(x3) + \epsilon$. Pada uji T menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan nilai sosial dan budaya secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar ($R^2=59.5\%$) terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kain tapis lampung, kualitas produk, persepsi harga, nilai sosial dan budaya, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
SOCIAL AND CULTURE VALUE TO TAPIS LAMPUNG FABRIC
PURCHASING DECISION (CASE STUDY AT KALIANDA GALLERY-
JAKARTA)**

Fenny Septiyana

ABSTRACT

Consumer purchasing decisions are an important factor in determining the existence of a product. Galeri Kalianda is a business engaged in the fashion sector providing tapis fabric, which is a woven fabric originating from the Lampung area. The purpose of this study was to determine the variable product quality (X1), perceived price (X2), and social and cultural values (X3) that influence the purchase decision of tapis lampung fabric (Y). The sampling technique used the Simple Random Sampling method with (n = 60) who had made purchases and users of the Lampung filter cloth at the Kalianda Gallery, Jakarta. Based on multiple linear regression analysis, the model $Y = 0.570 + 0.136 (x1) + 0.299 (x2) + 0.223 (x3) + \varepsilon$ is obtained. The T test shows that the variables of product quality, price perception, and social and cultural values partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. While the F test shows that these three variables together have an effect of (R² = 59.5%) on purchasing decisions.

Keywords: tapis lampung fabric, product quality, price perception, social and culture value, and purchasing decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS....	8
2.1 Kualitas Produk.....	8
2.2 Persepsi Harga	10
2.3 Nilai Sosial dan Budaya.....	11
2.4 Keputusan Pembelian	13
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis Hubungan Variabel Independen dan Dependen	21
2.7.1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.7.2. Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	21
2.7.3. Hubungan Nilai Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.7.4. Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Nilai Sosial dan Budaya secara Bersamaan terhadap Keputusan Pembelian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Sumber Data	23
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.6 Operasi Penentuan Variabel.....	25
3.7 Skala Pengukuran Variabel.....	26
3.8 Analisis Data.....	27
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian.....	27
a. Uji Validitas	27
b. Uji Reliabilitas.....	27
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	28
a. Uji Normalitas	28
b. Uji Multikolinearitas	29
c. Uji Heteroskedostisitas	29
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
a. Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.8.4 Uji Hipotesis.....	31
a. Uji Parsial (T-test)	31
b. Uji Stimultan (F-test).....	31
3.8.5 Uji Korelasi Antar Dimensi.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Karakteristik Responden.....	33
4.2 Analisis Deskriptif	34

4.2.1	Sebaran Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	34
4.2.2	Sebaran Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	35
4.2.3	Sebaran Jawaban Responden Variabel Nilai Sosial dan Budaya	35
4.2.4	Sebaran Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	36
4.3	Uji Validitas	37
4.4	Uji Reliabilitas	38
4.5	Uji Normalitas.....	38
4.6	Uji Multikolinearitas	39
4.7	Uji Heteroskedastisitas	40
4.8	Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.9	Uji Hipotesis	42
4.10	Uji Korelasi Antar Dimensi	45
4.11	Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Pertanyaan, Jawaban dan Persentase Survei Awal	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Penentuan Variabel	26
Tabel 3. 2 Skala Likert	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen	37
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Hipotesis dengan Uji T.....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis dengan Uji F	44
Tabel 4. 9 Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi.....	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Pendapatan Galeri Kalianda-Jakarta (Tahun 2020).....	4
Gambar 2. 1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	39
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	57
Lampiran 2. Input Data Variabel Responden	60
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif Responden	61
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas	66
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas	67
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Lampiran 8. Analisis Regresi Linear Berganda	69
Lampiran 9. Uji Korelasi Antar Dimensi	71