

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA JASA *LAUNDRY* SEPATU 3CIOUS DI SURABAYA**



**OLEH:**  
**AMADA WARDANIS SYIFA**  
**1723018050**

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**2022**

PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA JASA LAUNDRY  
SEPATU 3CIOUS DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

Oleh :

Amada Wardanis Syifa

1723018050

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2022

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama: Amada Wardanis Syifa  
NRP : 1723018050

Menyetujui karya ilmiah saya,

Judul: Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention*  
Pada Jasa *Laundry* Sepatu 3Cious Di Surabaya

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet / di media lain (*Digital  
Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk  
kepentingan akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikianlah pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat  
dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2022  
Yang Menyatakan,



Amada Wardanis Syifa

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amada Wardanis Syifa  
NRP : 1723018050  
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention* Pada Jasa Laundry Sepatu 3Cious di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plgiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 07 Januari 2022

Yang menyatakan,



Amada Wardanis Syifa

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

PENGARUH PERCEIVED PRICE DAN PERCEIVED QUALITY  
TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA JASA LAUNDRY  
SEPATU 3CIOUS DI SURABAYA

Oleh:

AMADA WARDANIS SYIFA  
1723018050

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si.  
Tanggal: 7 Jan 2022

Pembimbing II,



Santho Vlennerly M., SM.,MM  
Tanggal: 7 Januari 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Amada Wardanis Syifa NRP: 1723018050.  
Telah diuji pada tanggal 10 Januari 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si.  
NIK 172.98.0361

Dekan,



Dr. Diyah Tulipa, MM  
NIK 172.02.0543

Mengetahui:  
Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE., M.Si.  
NIK 172.18.0997

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah, rahmat, serta karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, dan memberikan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA JASA LAUNDRY SEPATU 3CIOUS DI SURABAYA” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Kewirausahaan dan Jurusan Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini tidak dapat terselaiikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moral, material maupun spiritual serta adanya bimbingan yang memperlancar penulisan sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Bapak Santho Vlenery M., SM.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
6. Kepada mama saya yang telah memberikan banyak sekali *support*, doa, kasih sayang, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
7. Kepada ayah saya yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, kasih sayang, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.

8. Kepada adik-adik saya yang telah memberikan banyak sekali *support*, doa, kasih sayang, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
9. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, kasih sayang, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
10. Kepada orang-orang terdekat saya yang telah senantiasa berbagi ilmu yang dimiliki, bersedia untuk mendengar keluh kesah, dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.
11. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik serta saran untuk membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak dalam bidang pemasaran untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, 07 Januari 2022

Penulis,



(Amada Wardanis Syifa)



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSYARATAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTENSI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 <i>Perceived Price</i> .....	9
2.2.2 <i>Perceived Quality</i> .....	11
2.2.3 <i>Purchase Intention</i> .....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.3.1 <i>Peceived Price</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> ....	15
2.3.2 <i>Peceived Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> .	16
2.4 Kerangka atau Model Konseptual.....	17
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Objek Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan Sampel.....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	20
3.5.1 Variabel Penelitian.....	20

3.5.2 Definisi Operasional.....	21
3.5.2.1 <i>Perceived Price</i> .....	21
3.5.2.2 <i>Perceived Quality</i> .....	21
3.5.2.3 <i>Purchase Intention</i> .....	21
3.6 Statistik Deskriptif.....	22
3.7 Pengujian Data.....	22
3.7.1 Uji Normalitas.....	22
3.7.2 Uji Validitas.....	23
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	23
3.7.4 Uji Asumsi.....	23
3.7.4.1 Uji Multikolonieritas.....	23
3.7.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	24
3.7.4.2 Uji Autokorelasi.....	24
3.7.5 Uji Model / Uji F.....	25
3.7.6 Uji Hipotesis / Uji t.....	25
3.7.7 Persamaan Regresi.....	26
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	27
4.2 Gambaran Umum Responden (Karakteristik Demografi).....	27
4.3 Hasil Uji Deskriptif.....	35
4.3.1 Uji Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i> (X1).....	35
4.3.2 Uji Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> (X2).....	37
4.3.3 Uji Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y1) .....	38
4.4 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	39
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	39
4.4.2 Hasil Uji Validitas.....	41
4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.5 Uji Asumsi.....	42
4.4.1 Hasil Uji Multikolonieritas.....	42
4.4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.4.1 Hasil Uji Autokorelasi.....	44
4.6 Uji Model (Uji F).....	44
4.7 Koefisien Determinasi.....	45
4.8 Uji Hipotesis (Uji t).....	45
4.9 Persamaan Regresi Linier.....	46
4.10 Pembahasan.....	47
4.10.1 Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	49
4.10.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	50
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	52

5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Akademis.....	52
5.2.2 Saran Praktis.....	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1	Keterangan Pengumpulan Data Kuesioner .....	20
Tabel 3.2	Pengambilan Keputusan Autokorelasi .....	24
Tabel 4.1	Pembagian dan Pengembalian Kuesioner.....	27
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden (Karakteristik Demografi).....	27
Tabel 4.3	Usia Responden.....	28
Tabel 4.4	Domisili Responden .....	28
Tabel 4.5	Pendidikan Terakhir.....	29
Tabel 4.6	Pekerjaan.....	29
Tabel 4.7	Pendapatan per Bulan.....	30
Tabel 4.8	Pengeluaran per Bulan.....	31
Tabel 4.9	Penggunaan Jasa <i>Laundry</i> Sepatu.....	31
Tabel 4.10	Intensitas Penggunaan Jasa <i>Laundry</i> Sepatu.....	31
Tabel 4.11	<i>Brand</i> Laundry Sepatu Yang Digunakan .....	32
Tabel 4.12	Jasa Laundry Sepatu Yang Sesuai Kebutuhan.....	33
Tabel 4.13	Merasakan Manfaat Menggunakan Jasa <i>Laundry</i> Sepatu.....	33
Tabel 4.14	Mengetahui Jasa <i>Laundry</i> Sepatu 3Cious.....	34
Tabel 4.15	Dimana Mengetahui Jasa <i>Laundry</i> Sepatu 3Cious.....	34
Tabel 4.16	Interval Rata-Rata Skor.....	35
Tabel 4.17	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i> .....	35
Tabel 4.18	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	37
Tabel 4.19	Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	38
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas Indikator Pada Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4.21	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.22	Hasil Kesimpulan Uji Hipotesis.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Grafik Plot Uji Normalitas.....	40
Gambar 4.2	Grafik Histogram Uji Normalitas.....	40
Gambar 4.3	Hasil Uji Multikolonieritas.....	43
Gambar 4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43
Gambar 4.5	Hasil Uji Autokorelasi.....	44
Gambar 4.6	Hasil Kecocokan Data Dengan Model.....	45
Gambar 4.7	Data Koefisien Determinasi.....	45
Gambar 4.8	Hasil Uji Hipotesisi (Uji t).....	45
Gambar 4.9	Hasil Persamaan Regresi Linier.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 2	: Data Deskriptif.....	63
Lampiran 3	: Data Regresi 1 .....	69
Lampiran 4	: Data Regresi 2 .....	75
Lampiran 5	: Data Deskriptif 1.....	81
Lampiran 6	: Data Deskriptif 2.....	86
Lampiran 7	: Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 8	: Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 9	: Uji Model F dan Uji Model t.....	95
Lampiran 10	: R Tabel Pada Uji Validitas.....	96
Lampiran 11	: Tabel Durbin Watson Pada Uji Autokorelasi.....	97
Lampiran 12	: R Tabel Pada Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 13	: F Tabel Pada Uji Model.....	99

PENGARUH *PERCEIVED PRICE* DAN *PERCEIVED QUALITY*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA JASA *LAUNDRY*  
SEPATU 3CIOUS DI SURABAYA

**ABSTRAK**

Fenomena yang terjadi saat ini dengan adanya sneaker yang menjadi *trend* dalam dunia sepatu, hal tersebut menjadi sebuah peluang bagi pengusaha untuk membuka sebuah bisnis jasa *laundry* sepatu, dan didukung dengan adanya faktor masyarakat yang tidak mengerti tentang pencucian dan perawatan sepatu dengan baik. Perusahaan jasa *laundry* sepatu menyadari bahwa adanya persaingan harga yang semakin ketat serta diperlukan untuk menjaga kualitas jasa dengan konsisten untuk meningkatkan minat beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi harga (*perceived price*) dan persepsi kualitas (*perceived quality*) terhadap *purchase intention* jasa *laundry* sepatu 3Cious di Surabaya.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Surabaya Raya. Sampel dari penelitian ini mendapat sebanyak 135 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google-form* yang dilakukan secara *online*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Pengolahan data dari hasil kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS Statistic* Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga mempengaruhi minat beli secara positif dan signifikan. Persepsi kualitas mempengaruhi minat beli secara positif dan signifikan. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jasa *laundry* sepatu 3Cious perlu memperhatikan persepsi harga (*perceived price*), dan persepsi kualitas (*perceived quality*) yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli (*purchase intention*).

Kata Kunci: *Perceived Price*, *Perceived Quality*, dan *Purchase Intention*.

THE EFFECT OF *PERCEIVED PRICE* AND *PERCEIVED QUALITY*  
ON *PURCHASE INTENTION* OF 3CIOUS SHOES *LAUNDRY*  
SERVICES IN SURABAYA

## **ABSTRACT**

*The current phenomenon with the sneaker becoming a trend in the shoe world, it becomes an opportunity for entrepreneurs to open a shoe laundry service business, and is supported by the community factor that does not understand washing and shoe care properly. Shoe laundry service companies realize that there is increasingly fierce price competition and need to maintain service quality consistently to increase consumer buying interest. The purpose of this study was to examine the effect of perceived price and perceived quality on purchase intention 3Cious shoe laundry services in Surabaya.*

*The population in this study are people who live in Greater Surabaya. The sample of this study got as many as 135 respondents using non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires via google-form which was carried out online. The data analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. Processing of data from the questionnaire results in this study using IBM SPSS Statistics Version 26 software. The results of this study indicate that price perceptions affect purchase intention positively and significantly. Perceived quality affects purchase intention positively and significantly. Thus, the results of this study can be concluded that 3Cious shoe laundry services need to pay attention to perceived price and perceived quality which aims to increase purchase intention.*

*Keywords: Perceived Price, Perceived Quality, and Purchase Intention*