

**PENGARUH FOOD QUALITY, PERCEIVED  
VALUE DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP  
PURCHASE INTENTION DI DOURE**



OLEH:

MICHELLE TANDANA  
1723019007

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2023

PENGARUH FOOD QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN  
PRICE FAIRNESS TERHADAP PURCHASE INTENTION DI  
DOURE

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

MICHELLE TANDANA

1723019007

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2023

## SURAT PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Michelle Tandana

NRP : 1723019007

Judul Skripsi : Pengaruh *Food Quality*, *Perceived Value* dan *Price Fairness* terhadap *Purchase Intention* di Doure

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 Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 26 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Michelle Tandana

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Michelle Tandana NRP: 1723019007  
Telah diuji pada tanggal 2 Februari 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji,

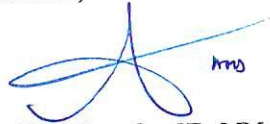


Veronika Rahmayati SE., M.Si  
NIK. 172.98.0361

Mengetahui:



Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.  
NIK 172.18.0997

# HALAMAN PERSETUJUAN

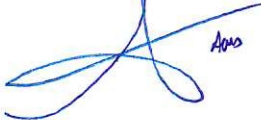
SKRIPSI

PENGARUH FOOD QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN  
PRICE FAIRNESS TERHADAP PURCHASE INTENTION DI  
'DOURE'

Oleh:  
Michelle Tandana  
1723019007

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.

Tanggal: 26 Januari 2023

Pembimbing 2,



Santho Vlennergy Mettan, SM., MM

Tanggal: 27 Januari 2023

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan kasih-Nya yang tak terhingga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul 'Pengaruh *Food Quality*, *Perceived Value* dan *Price Fairness* terhadap *Purchase Intention* di Doure'. Penyusunan dari skripsi ini bertujuan untuk sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Bisnis.

Dalam menulis skripsi ini saya kerjakan pasti ada dukungan, nasihat dan bantuan dari orang-orang yang ada disekitar saya. Oleh karena itu, saya akan menyampaikan rasa terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

1. Para dosen pembimbing saya yang telah memberikan nasehat dan bantuannya selama ini.
2. Orang tua serta adik saya telah membantu saya dalam memberikan dukungan kepada saya.
3. Sulina Ling, Stella Fausta dan Callista Fausta yang telah membantu saya dalam memberikan dukungan kepada saya.
4. Vania C. Samatha sebagai sahabat saya telah membantu saya dalam memberikan dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi saya.
5. Citra Dewi yang telah membantu saya dalam memberikan dukungan.
6. Christina, Felicia, Aisya, Yosia dan Joshua sebagai teman seperjuangan telah membantu dan mendukung saya dalam mengerjakan skripsi.
7. Semua pihak yang telah membantu saya dalam mengisi data dalam penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.

Surabaya, 26 Januari 2023



Michelle Tandana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Peneliti Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Makanan Ringan .....	13
2.2.2 <i>Food Quality</i> .....	14
2.2.3 <i>Perceived Value</i> .....	15
2.2.4 <i>Price Fairness</i> .....	16

2.2.5 <i>Purchase Intention</i> .....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.3.1 Hubungan <i>Food Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	19
2.3.2 Hubungan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	19
2.3.3 Hubungan <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	20
2.4 Kerangka Penelitian atau Konseptual .....	21
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	21
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Obyek Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.4 Metode Pengumpulan Sampel.....	23
3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	23
3.5.1 Identifikasi Variabel .....	23
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.6 Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data .....	26
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	26
3.6.2 Skala Pengukuran Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data .....	27
3.7.1 Uji Normalitas dan Outlier .....	27
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	27
3.7.1.2 Uji Outlier.....	27
3.7.2 Uji Validatas dan Reliabilitas .....	27
3.7.2.1 Uji Validitas .....	27
3.7.2.2 Uji Reabilitas .....	28
3.7.3 Uji Asumsi .....	28
3.7.3.1 Uji Multikolonieritas .....	28
3.7.3.2 Uji Autokolerasi.....	29



3.7.3.3 Uji Heteroskedastitas .....	30
3.7.4 Uji Model .....	30
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi atau $R^2$ .....	31
3.7.6 Uji Hipotesis .....	31
3.7.7 Uji Persamaan Regresi .....	32
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Penyebaran dan Pengembangan Kuesioner .....	33
4.2 Gambaran Umum Responden .....	34
4.3 Hasil Uji Deskriptif Data .....	39
4.4 Hasil Uji Analisis Data .....	44
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	44
4.4.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....	46
4.4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	46
4.4.2.2 Hasil Uji Realibilitas .....	47
4.4.3 Hasil Uji Asumsi .....	47
4.4.3.1 Hasil Uji Multikolonieritas .....	47
4.4.3.2 Hasil Uji Autokolerasi .....	48
4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastitas .....	49
4.4.4 Hasil Uji Model .....	49
4.4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi atau $R^2$ .....	50
4.4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	50
4.4.7 Hasil Uji Persamaan Regresi .....	51
4.5 Pembahasan .....	52
4.5.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	52
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	53
4.5.3 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	53
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan .....	55

5.2 Saran.....	55
5.2.1 Saran Akademis.....	55
5.2.2 Saran Praktis.....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	56
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>57</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu dan Saat Ini .....	9
Tabel 3.1 Tabel pengambilan keputusan ada tidaknya autokolerasi....	30
Tabel 4.1 Tabel Penyebaran dan Pengembangan Kuesioner.....	33
Tabel 4.2 Tabel Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Tabel Usia Responden.....	34
Tabel 4.4 Tabel Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4.5 Tabel Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.6 Tabel Pendapatan per Bulan.....	36
Tabel 4.7 Tabel Domisili.....	37
Tabel 4.8 Tabel Pengeluaran per Bulan.....	38
Tabel 4.9 Tabel Kategori Hasil Interval.....	39
Tabel 4.10 Tabel Statistik Deskriptif Variabel X1.....	39
Tabel 4.11 Tabel Statistik Deskriptif Variabel X2.....	40
Tabel 4.12 Tabel Statistik Deskriptif Variabel X3.....	42
Tabel 4.13 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Y.....	42
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Realibilitas.....	47
Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Multikolonieritas.....	47
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Autokolerasi.....	48
Tabel 4.19 Tabel Pengambilan Keputusan.....	49
Tabel 4.20 Tabel Hasil Uji Model.....	50
Tabel 4.21 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	50
Tabel 4.22 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Konsumsi Makanan Ringan sesuai Umur..	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	21
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas Rata X1.....	44
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Normalitas Rata X2.....	45
Gambar 4.3 Grafik Hasil Uji Normalitas Rata X3.....	45
Gambar 4.4 Grafik Hasil Uji Normalitas Rata Y.....	45
Gambar 4.5 Gambar Hasil Uji Heteroskedastitas.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 2. Jawaban Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Uji SPSS

## ABSTRAK

Doure adalah kukis yang mengandung bayam dan biji labu yang tentunya kalori yang terkandung didalamnya tidak sebanyak kukis pada umumnya atau dapat dikatakan rendah kalori. Selain itu, kukis dari Doure merupakan kukis yang tinggi akan serat dan protein. Doure ingin menyelesaikan permasalahan dari masyarakat yang ingin mengonsumsi makanan ringan tetapi mereka ingin menjaga asupan kalori mereka per harinya. Salah satu faktor orang-orang menambah berat badannya selama pandemi adalah adanya kebijakan pemerintah mengenai PSBB dan PPKM dimana kebijakan ini membuat masyarakat membatasi kegiatan mereka diluar rumah sehingga menyebabkan masyarakat kurang melakukan olahraga dan makan makanan yang sehat dan bergizi. Makanan ringan juga memiliki peminat yang banyak yang juga membantu perekonomian dari Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari laporan yang dilakukan oleh *Statista Global Consumer Survey* pada Oktober 2020 dimana hasil dari survey ini menunjukkan orang Indonesia dengan usia 25 hingga 34 tahun merupakan kelompok orang yang paling banyak mengonsumsi makanan ringan dengan presentase 30,8%. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggumpulkan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* yang telah diisi oleh 229 responden. Kuesioner pada penelitian ini disebar menggunakan skala likert dengan metode pengukuran data regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *food quality* tidak memiliki hubungan terhadap *purchase intention* pada Doure. Untuk *perceived value* pada memiliki hubungan yang signifikan terhadap *purchase intention* pada calon konsumen Doure. Sedangkan *price fairness* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *purchase intention*.

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

## ABSTRACT

*Doure is a cookie that contains spinach and pumpkin seeds, of course, the calories contained in it are not as many as cookies in general or can be said to be low in calories. In addition, cookies from Doure are cookies that are high in fiber and protein. Doure wants to solve the problem of people who want to eat snacks but they want to maintain their calorie intake per day. One of the factors that people gain weight during a pandemic is the existence of government policies regarding PSBB and PPKM where these policies make people limit their activities outside the home, causing people to do less exercise and eat healthy and nutritious food. Snacks also have a lot of enthusiasts who also help the economy of Indonesia. This can be proven from a report conducted by the Statista Global Consumer Survey in October 2020 where the results of this survey show that Indonesians aged 25 to 34 years are the group of people who consume the most snacks with a percentage of 30.8%. This study used quantitative research by collecting data through distributing questionnaires using a Google form that had been filled in by 229 respondents. The questionnaire in this study was distributed using a Likert scale with multiple linear regression data measurement methods. The results of this study indicate that food quality has no relationship with Doure's purchase intention. For perceived value, it has a significant relationship to purchase intention in potential Doure consumers. Meanwhile, price fairness has a significant relationship to purchase intention.*

*Keyword: Food Quality, Price Fairness, Perceived Value and Purchase Intention.*