

Konsentrasi/BidangMinat:

Ritel

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, *TRUST* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *SPECIALIST STORE* :
POCHI *PETSHOP* SURABAYA



OLEH:

RIZKY PUTRA WIJAYA

3103012225

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, TRUST DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
SPECIALIST STORE : *POCHI PETSHOP* SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :

RIZKY PUTRA WIJAYA
3103012225

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Putra Wijaya

NRP : 3103012225

Judul Skripsi : PENGARUH *PRICE FAIRNESS, TRUST, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *SPECIALIST STORE* : *POCHI PETSHOP SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah *ASLI* karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan UNIKA Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Surabaya, 29 Juli 2016
Menyatakan



Rizky Putra Wijaya

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS, TRUST* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
SPECIALIST STORE : POCHI PESHOP SURABAYA**

Oleh :

RIZKY PUTRA WIJAYA
3103012225

Telah disetujui dan diterima dengan baik

Untuk diajukan kepada tim penguji

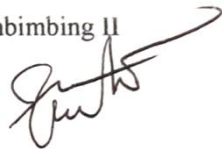
Pembimbing I



Veronika Rahmawati, M.Si., SE.

Tanggal 2 Agt 2016

Pembimbing II



Drs. Ec. Daniel Tulasi, MM.

Tanggal 11 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

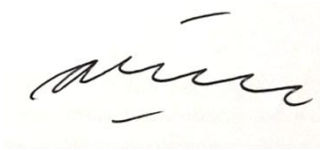
Skripsi yang ditulis oleh

Nama : Rizky Putra Wijaya

NRP : 3103012225

Telah diuji pada tanggal 8 September 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

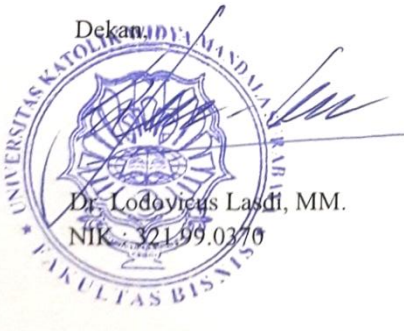
Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

Mengetahui :

Dekan



Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK : 311.99.0369

HALAMAN MOTTO / KATA PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku. (Filipi 4 : 13)
2. Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang. (Amsal 23:18)
3. Kita tahu, sekarang, bahwa Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia, yaitu bagi mereka yang terpanggil sesuai dengan rencana Allah. (Roma 8 : 28)

PERSEMBAHAN :

Karya tulis ini, saya persembahkan sebagai tugas akhir saya di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dan untuk kedua orang tua serta keluarga saya yang selalu mendukung, mendoakan dan menyemangati saya selama menempuh studi hingga penyelesaian karya tulis ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah Bapa karena atas kasih dan karuniaNya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini pada dasarnya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Veronika Rahmawati, M.Si., SE selaku dosen pembimbing 1 yang telah dengan sangat sabar mendampingi, menuntun serta memberi arahan dan membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Drs. Ec. Daniel Tulasi, MM. selaku dosen pembimbing 2.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya Bapak dan Ibu dosen Rumpun Ritel yang telah memberikan ilmu yang berarti selama masa perkuliahan.
6. Kedua orangtua serta segenap keluarga atas doa, fasilitas, dukungan, bantuan serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabatku yang terkasih, Sherly, Bobby, Lorca, dan Tamara, atas bantuan, dukungan, hiburan dan sarannya selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Tim *fur kids*, Bella, Sisi, Cella, Samantha, Damian yang telah menghibur dan tidak pernah meninggalkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman rumpun Ritel yang telah bersama-sama belajar dan saling mendukung selama perkuliahan.
10. Semua teman-teman yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah memberikan dukungan, bantuan, hiburan dan semangat selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Kasih membalas jasa dan kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna maka dari itu kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 29 Juli 2016



Rizky Putra Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO/KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 <i>Purchase Intention</i>	9
2.2.2 <i>Price fairness</i>	10
2.2.3 <i>Trust</i>	11
2.2.4 <i>Brand Image</i>	12
2.3 Hubungan Antar Variabel	13
2.3.1 Pengaruh <i>Price fairness</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	13

2.3.2 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	14
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	14
2.4 Model Penelitian	15
2.5 Hipotesis Penelitian	15
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Identifikasi Variabel	16
3.3 Definisi Operasional Variabel	16
3.4 Pengukuran Variabel	18
3.5 Jenis dan Sumber Data	19
3.5.1 Jenis Data	19
3.5.2 Sumber Data	20
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	20
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.7.1 Populasi	21
3.7.2 Sampel	21
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.8 Metode Analisis Data	23
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	24
Jenis Kelamin Konsumen yang Berbelanja Produk Pochi <i>Petshop</i> Surabaya.....	24
Usia Konsumen yang Berbelanja Produk Pochi <i>Petshop</i> Surabaya.....	24
Jenis Hewan Peliharaan Konsumen.....	25
Konsumen Yang Pernah Berkunjung di Pochi <i>Petshop</i> Surabaya.....	25
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	25
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30

4.4 Uji Koefisien Linear	34
Berganda.....	
4.5 Pembahasan.....	37
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Pengolahan SPSS (Validitas)
- Lampiran 4. Hasil Pengolahan SPSS (Reliabilitas)
- Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6. Data Kuesioner

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian	15
------------	------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	8
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Konsumen yang Berbelanja Pochi <i>Petshop</i> Surabaya.....	24
Tabel 4.2	Interval Rata-Rata Skor.....	26
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Fairness</i>	26
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	27
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	28
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	29
Tabel 4.7	Uji Validitas <i>Price Fairness</i>	30
Tabel 4.8	Uji Validitas <i>Trust</i>	31
Tabel 4.9	Uji Validitas <i>Brand Image</i>	31
Tabel 4.10	Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	32
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.12	Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
Tabel 4.13	Hasil Uji T.....	35
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	36
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	37

ABSTRAK

Tingginya jumlah masyarakat yang memiliki hewan peliharaan juga diikuti dengan perkembangan jaringan ritel dibidang kebutuhan hewan peliharaan atau yang biasa disebut dengan *petshop*. Banyak faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap kebutuhan hewan peliharaan yang dijual di *petshop*, diantaranya adalah *price fairness*, *trust*, dan *brand image*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price fairness*, *trust*, dan *brand image* terhadap *purchase intention*. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pochi *Petshop* di Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa *price fairness*, *trust*, dan *brand image* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* di Pochi *Petshop* Surabaya.

Kata Kunci: *petshop*, *price fairness*, *trust*, *brand image*, *purchase intention*, hewan peliharaan, ritel.

ABSTRACT

The high number of people who have pets also followed the development of the retail network in the field of pet supplies or commonly called the pet store. Many factors affect consumers' purchasing intentions to the needs of pets sold in pet shops, such as price fairness, trust, and brand image. This study aims to identify and analyze the effect of price fairness, trust, and brand image of the purchase intention. The object of research used in this study is Pochi Petshop in Surabaya. The sample used in this study of 100 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of the testing that has been done, showing that price fairness, trust, and brand image positive effect on purchase intention in Pochi Petshop Surabaya.

Keywords: *pet shop, price fairness, trust, brand image, purchase intention, pets, retail.*