

**PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP *PURCHASE
DECISION* MELALUI *PURCHASE INTENTION* PADA IBOE
HEALTH DRINK DI SURABAYA**



Disusun Oleh :

Indra Ranjani, S.E.

8112415005

**PROGAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2017**

**PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP *PURCHASE*
DECISION MELALUI *PURCHASE INTENTION* PADA IBOE
HEALTH DRINK
DI SURABAYA
TESIS**

Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi persyaratan
gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh :

Indra Ranjani, S.E.

8112415005

**PROGAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2017**

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indra Ranjani

NRP : 8112415005

**Judul : PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP
PURCHASE DECISION MELALUI *PURCHASE INTENTION* PADA
IBOE HEALTH DRINK DI SURABAYA**

Menyatakan bahwa Tesis ini adalah **ASLI** karya tulisan saya. Apabila karya ilmiah ini merupakan hasil plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulisan ini dapat dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian Tesis ini dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juli 2017



Indra Ranjani S.E.

(8112415005)

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Proposal Thesis berjudul “ Pengaruh Persepsi dan Sikap terhadap *Purchase Decision* melalui *Purchase Intention* pada Iboe Health Drink di Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Indra Ranjani., S.E. dengan NPM 8112415005 telah disetujui untuk diuji.

Surabaya, 28 Juli 2017



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Pembimbing Thesis

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *PURCHASE INTENTION* PADA IBOE HEALTH DRINK DI SURABAYA" yang ditulis dan diajukan oleh Indra Ranjani., S.E, (8112415005) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Widya Mandala Surabaya.

Pada tanggal 28 Juli 2017

Tim Penguji

Ketua


Prof. Drs. E. V. Henky Supit, Ak.

Sekretaris

Anggota


Dr. Dyah Tulipa, SE., MM.


Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas rahmat-Nya yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap *Purchase Decision* Melalui *Purchase Intention* Pada Iboe Health Drink Di Surabaya” thesis ini di ajukan sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar magister manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik juga tak lepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada keluarga yang telah memberikan bantuan, dukungan dan dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Thesis.
2. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam pembuatan Tugas Akhir.
3. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga thesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Rekan-rekan mahasiswa UKWMS 2015 yang juga memberikan bantuan, dukungan dan dorongan semangat kepada penulis.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN PERSETUJUAN i

HALAMAN PENGESAHAN TULISAN ii

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian 9

1.4 Manfaat Penelitian 10

1.5 Sistematika Penulisan 11

BAB 2 TINJAUAN KEPUSATAKAAN

2.1 Penelitian Terdahulu 12

2.2 Landasan Teori 14

2.2.1	Persepsi	14
2.2.2	Sikap	18
2.2.3	<i>Purchase Intention</i>	22
2.2.4	<i>Purchase Decision</i>	25
2.2.5	Pengaruh Persepsi Terhadap <i>Purchase Intention</i>	30
2.2.6	Pengaruh Persepsi Terhadap <i>Purchase Decision</i>	33
2.2.7	Pengaruh Sikap Terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.2.8	Pengaruh Sikap Terhadap <i>Purchase Decision</i>	34
2.3	Model Penelitian	35
2.4	Hipotesis	35

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	37
3.2	Identifikasi Variabel	37
3.3	Definisi Operasional Variabel	38
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.5	Instrumen Penelitian	40
3.6	Populasi, Sampel dan Proses pengumpulan data	41
3.7	Teknik Analisis Data	43

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Jenis Kelamin	48
4.1.2	Umur	49

4.1.3 Domisi.....	49
4.1.4 Pekerjaan.....	50
4.1.5 Pengetahuan Responden Terhadap Iboe Health Drink.....	50
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.2.1 Statistik Deskriptif Persepsi	51
4.2.2 Statistik Deskriptif Sikap	52
4.2.3 Statistik Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	53
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	54
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Realibilitas	58
4.3.3 Uji Normalitas Multivariat.....	59
4.4 Uji Kecocokan Model	60
4.5 Hasil Estimasi Model Struktural	62
4.6 Uji Hipotesis	63
4.7 Pembahasan.....	63
4.7.1 Pengaruh Persepsi terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Iboe Health Drink di Surabaya	64
4.7.2 Pengaruh Sikap terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Iboe Health Drink di Surabaya.....	65
4.7.3 Pengaruh Persepsi terhadap <i>Purchase Decision</i> pada Iboe Health Drink di Surabaya	66
4.7.4 Pengaruh Sikap terhadap <i>Purchase Decision</i> pada Iboe Health Drink di Surabaya.....	67

4.7.5 Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> pada Iboe Health Drink di Surabaya.....	68
4.7.6 Pengaruh Persepsi terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Purchase Intention</i> Pada Iboe Health Drink di Surabaya.....	70
4.7.7 Pengaruh Sikap terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Purchase Intention</i> Pada Iboe Health Drink di Surabaya.....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Teoritis	74
5.2.2 Saran Praktis	74

DAFTAR PUSATAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	12
3.1	Tabel Goodnes of Fit Index.....	46
4.1	Tabel Jenis Kelamin Responden	48
4.2	Tabel Umur Responden.....	49
4.3	Tabel Domisili Responden	49
4.4	Tabel Pekerjaan Responden	50
4.5	Tabel Pengetahuan Responden Terhadap Iboe Health Drink.....	50
4.6	Tabel Kriteria Rata –rata skor Jawaban Responden.....	51
4.7	Tabel Deskripsi Persepsi	51
4.8	Tabel Deskripsi Sikap	52
4.9	Tabel Deskripsi <i>Purchase Intention</i>	54
4.10	Tabel Deskripsi <i>Purchase Decision</i>	55
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Persepsi	56
4.12	Tabel Uji Validitas Variabel Sikap	57
4.13	Tabel Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	57
4.14	Tabel Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i>	58
4.15	Uji Reliabilitas Menggunakan Reliabilitas Konstruk	59
4.16	Tabel <i>Test of Multivariate Normality</i>	59
4.17	Tabel Uji Goodnes of Fit Index	60
4.18	Tabel Uji Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	28
2.2 Model Penelitian	35

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	Lamp 1
Analisis Deskriptif	Lamp 2
Hasil Uji Asumsi SEM.....	Lamp 3
Uji Validitas dan Reliabilitas	Lamp 4
Uji Normalitas.....	Lamp 5
Uji Kecocokan Model	Lamp 6
Hasil Analisa SEM.....	Lamp 7
Diagram SEM	Lamp 8

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh persepsi dan sikap terhadap *purchase decision* melalui *purchase intention* pada Iboe Health Drink di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *convenience sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah mengetahui dan pernah membeli Iboe Health Drink. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 150 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan program AMOS.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa persepsi dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Dan hasil analisis yang lain menunjukkan persepsi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *purchase decision*. Sedangkan *purchase intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Dan sikap dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* melalui *purchase intention* pada Iboe Health Drink di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti merekomendasikan kepada pihak manajemen Jamu IBOE untuk lebih meninjau kembali kemasan serta khasiat yang terkandung pada produk.

Kata Kunci: Persepsi, Sikap, *Purchase Intention*, *Purchase Decision*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of perception and attitude on purchase decision towards purchase decision on Iboe Health Drink in Surabaya.

This research is a quantitative research using questioner method. Sampling technique used was non-probability sampling. This type of method is convenience sampling. The samples in this study were Consumers who already know and have bought Iboe Health Drink. The number of of samples used is 150 respondents. The analysis technique used is SEM with Amos program

The results of this analysis indicate that perception and attitude has a positive and significant effect on purchase intention. And the other of analysis shows the perception has a positive but not significant effect on purchase decision. While purchase intention has a positive and significant effect on purchase decision. And perception and attitude have a positive and significant impact on purchase decision through purchase intention on Iboe Health Drink in Surabaya.

Based on the research, the researchers recommend Jamu Iboe management for more review the packaging as well as the properties contained in the product.

Keywords: *Experiential Marketing, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*