

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI
PERCEIVED VALUE PADA *NATUR-E*
DAILY FACE CREAM
DI SURABAYA**



OLEH:

ARYANATHA WAHYU TEJALENGKARA

3103011263

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2016

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI
PERCEIVED VALUE PADA *NATUR-E*
DAILY FACE CREAM
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

OLEH:

ARYANATHA WAHYU TEJALENGKARA

3103011263

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI
PERCEIVED VALUE PADA *NATUR-E*
DAILY FACE CREAM
DI SURABAYA**

OLEH:
Aryanatha Wahyu Tejalengkara
3103011263

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Tanggal: 17.6.2016

Pembimbing II,



Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM.
Tanggal: 30.11.2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : ARYANATHA WAHYU TEJALENGKARA

NRP : 3103011263

Telah diuji pada tanggal 27-07-2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicius Lasdi, MM., Ak.,CA
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aryanatha Wahyu Tejalengkara

NRP : 3103011263

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Perceived Risk*
Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Perceived Value* Pada Natur-E Daily Face Cream Di 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.

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

Surabaya, Juni 2016

Yang menyatakan



(Aryanatha Wahyu Tejalengkara)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Perceived Risk* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Perceived Value* Pada Natur-E Daily Face Cream di Surabaya”. Maksud dan tujuan di pembuatan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) sebagai Dosen Pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM. sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan memberikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta *support* diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Kekasih tercinta, Stefanie Rosalind Subagio yang telah membantu dan memberikan semangat untuk penyelesaian tugas akhir.
9. Sahabat-sahabat tercinta dan teman-teman angkatan 2011 yang telah menemani dan memberikan dukungan moral juga menemani dalam suka dan duka.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara detail namun memiliki kontribusi besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, Juni 2016

Aryanatha Wahyu Tejalengkara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1 <i>Perceived Quality</i>	9
2.2.2 <i>Perceived Risk</i>	10
2.2.3 <i>Perceived Value</i>	11
2.2.4 <i>Purchase Intention</i>	12
2.2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	13

2.3. Model Penelitian	14
2.4. Hipotesis.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	16
3.1. Desain Penelitian	16
3.2. Identifikasi Variabel.....	16
3.3. Definisi Operasional Variabel	16
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	18
3.5. Pengukuran Variabel.....	19
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	19
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..	19
3.8. Teknik Analisis Data	21
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Karakteristik Responden.....	26
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	29
4.3. Uji Asumsi SEM.....	35
4.4. Pembahasan.....	43
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Simpulan	51
5.2. Saran	52

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand Index</i> kategori Vitamin E.....	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Saat Ini Dan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	24
Tabel 4.1. Pernah membeli atau mengonsumsi Natur-E Daily Face Cream.....	26
Tabel 4.2. Mengetahui produk Natur-E Daily Face Cream.....	27
Tabel 4.3. Mengetahui manfaat Natur-E Daily Face Cream.....	27
Tabel 4.4. Usia.....	28
Tabel 4.5. Domisili.....	28
Tabel 4.6. Interval Rata-Rata Skor.....	29
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> (X_1).....	30
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i> (X_2).....	31
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (Y_1).....	33
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y_2)...	34
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	35
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	36
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.15. Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	41
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	14

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. KUESIONER
- Lampiran 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN
- Lampiran 3. DATA PENELITIAN
- Lampiran 4. STATISTIK DESKRIPTIF
- Lampiran 5. UJI VALIDITAS
- Lampiran 6. UJI RELIABILITAS
- Lampiran 7. UJI NORMALITAS
- Lampiran 8. OUTPUT SEM
- Lampiran 9. GAMBAR *ESTIMATES*
- Lampiran 10. GAMBAR *T-VALUE*
- Lampiran 11. GAMBAR *STANDARDIZED SOLUTION*
- Lampiran 12. KUISIONER PENDUKUNG HIPOTESIS 2 DAN HIPOTESIS 5
- Lampiran 13. HASIL PENELITIAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Quality* dan *Perceived Risk* terhadap *Purchase Intention* melalui *Perceived Value* pada Natur-E Daily Face Cream di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden. Karakteristik responden adalah responden yang belum pernah membeli atau mengonsumsi tetapi mengetahui produk serta manfaat Natur-E Daily Face Cream. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan: (1) *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value*, (2) *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Perceived Value*, artinya bahwa resiko yang dirasakan oleh konsumen tidak akan merubah nilai yang dirasakan konsumen, (3) *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*, (4) *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan melalui *Perceived Value*, dan (5) *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Purchase Intention* melalui *Perceived Value*, artinya bahwa resiko yang dirasakan tidak akan merubah nilai yang dirasakan konsumen dalam membentuk niat pembelian pada Natur-E Daily Face Cream di Surabaya.

Kata Kunci: *Perceived Quality, Perceived Risk, Perceived Value, Purchase Intention.*

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of Perceived Quality and Perceived Risk to Purchase Intention through Perceived Value on Natur-E Daily Face Cream in Surabaya. The sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling. The sample used in this study of 150 respondents. Characteristics of respondents are respondents who have never purchased or consumed, but knowing the product and the benefits Natur-E Daily Face Cream. Data were collected using a questionnaire. Data analysis technique used is the analysis of SEM with LISREL program.

The research proves: (1) Perceived Quality positive and significant effect on Perceived Value, (2) Perceived Risk negative effect and no significant effect on Perceived Value, meaning that the risk perceived by consumers would not change the consumer perceived value, (3) Perceived value positive and significant impact on the Purchase Intention, (4) perceived Quality positive and significant impact through perceived value, and (5) perceived risk negative and not significant to Purchase Intention through perceived value, meaning that the risk perceived will not change the value of the perceived consumer purchase intentions in forming the Natur-E Daily Face Cream in Surabaya.

Keywords: Perceived Quality, Perceived Risk, Perceived Value, Purchase Intention.