

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP BARANG-BARANG GRAY
MARKET**

ATTITUDE CONSUMERS ON GOODS GRAY MARKET

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

YUSUF DWI PRAKOSA

20130410489

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yusuf Dwi Prakosa

Nomor Masiswa : 20130410489

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“SIKAP KONSUMEN TERHADAP BARANG-BARANG GRAY MARKET”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 April 2017

Materai, 6.000,-

Yusuf Dwi Prakosa

Motto

”Dan tidaklah Aku menciptakan Jin dan Manusia kecuali hanya untuk beribadah kepada-Ku” (QS. Adz-Dzariyat : 56)

“Barangsiapa yang melapangkan satu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allâh melapangkan darinya satu kesusahan di hari Kiamat. Barangsiapa memudahkan (urusan) orang yang kesulitan (dalam masalah hutang), maka Allâh Azza wa Jalla memudahkan baginya (dari kesulitan) di dunia dan akhirat. Barangsiapa menutupi (aib) seorang Muslim, maka Allâh akan menutup (aib)nya di dunia dan akhirat. Allâh senantiasa menolong seorang hamba selama hamba tersebut menolong saudaranya. Barangsiapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allâh akan memudahkan baginya jalan menuju Surga.....”

(Nabi Muhammad SAW)

”...Mereka mempunyai hati, tetapi tidak dipergunakannya untuk memahami (ayat-ayat Allah) dan mereka mempunyai mata (tetapi) tidak dipergunakannya untuk melihat (tanda-tanda kekuasaan Allah), dan mereka mempunyai telinga (tetapi) tidak dipergunakannya untuk mendengar (ayat-ayat Allah). mereka itu sebagai binatang ternak, bahkan mereka lebih sesat lagi. mereka Itulah orang-orang yang lalai.”

(QS. Al-A’raaf : 179)

“Tidak ada kata menyerah dalam kamus hidupku. Kalau dalam perjalanan bertemu kegagalan dan masalah berarti harus belajar lagi dan coba lagi. Terus berulang kali sampai berhasil InsyaAllah. Setiap hari adalah hari yang menyenangkan bagiku. Hari dimana aku bisa belajar dari setiap orang yang aku temui, belajar mengenai apa arti hidup ini dan belajar untuk terus memperbaiki diri untuk menjadi hamba Allah SWT yang lebih baik setiap harinya.”

(Yusuf Dwi Prakosa)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini aku persembahkan untuk Ayah yang telah mengajarkanku cara berinteraksi dan memafkan orang lain, untuk Ibu yang mengajarkan apa itu arti ketegaran dan keikhlasan, untuk Kakak yang menjadi sahabat dan pembimbing dalam perjuangan hijrah yang saya lewati, untuk Adek yang mengajarkanku arti memberi dan berdiskusi, untuk semua keluarga dan sahabat yang tidak bisa saya sebut satu-persatu.

Terimakasih untuk dukungan, semangat dan do'a yang selalu kalian berikan selama ini. Terimakasih telah memberikan kepercayaan penuh untuk menjadi manusia yang lebih baik dan menjadi kebanggaan keluarga. Ucapan terima kasih takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan keluarga dan sahabat. Aku akan terus berusaha mewujudkan harapan dari keluarga dan sahabat meski berat insyaAllah dengan semangat dan do'a yang kalian berikan semua yang berat akan menjadi lebih mudah. Walaupun ribuan gunung dan ratusan jalan harus dilewati untuk mencapai tujuan dan impian. Aku akan terus berjuang untuk membuat keluarga dan sahabatku bahagia. Hanya sebuah karya sederhana dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan padamu keluarga dan sahabat.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia, kemudahan dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Sikap Konsumen terhadap Barang-Barang *Gray Market*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti mengambil tema ini dengan harapan dapat memberikan masukan positif bagi perusahaan terkait sikap konsumen terhadap barang-barang *gray market* dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak mungkin terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan buku bimbingan, petunjuk, dan kemudahan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan rela meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi hingga terselesaikannya karya tulis ini.
3. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.

4. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2013 satu perjuangan yang sering menjadi tempat peneliti berdiskusi terkait penulisan skripsi dan khususnya telah sangat membantu mengajari dalam program AMOS.
5. Para sahabat-sahabat khususnya Ilham, Rahmad, Bambang, Jepri, Arias, Agam, dan Ivan yang telah memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi.
6. Ayah, Ibu, Kakak, Adik, dan segenap keluarga yang tidak bisa kami sebut satu-persatu yang telah banyak membantu serta memberikan motivasi sebagai pelecut untuk segera menyelesaikan karya tulis ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat didalam proses penyelesaian karya tulis ini.

Peneliti mengucapkan banyak sekali terimakasih semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan digunakan dengan baik. Semoga semua kebaikan yang telah dilakukan memperoleh pahala dari Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, 20 April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Gray Market</i>	8
2. Kesadaran harga (<i>priceconsciousness</i>)	9
3. Inferensi kualitas berdasarkan harga (<i>price-quality inference</i>)	11
4. Kecenderungan menghindari risiko (<i>risk averseness</i>).....	12
5. Sikap (<i>attitude</i>).....	13
6. Niat beli (<i>purchase intentions</i>).....	14

B. Hasil Penelitian Terdahulu	15
C. Hipotesis	17
D. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	29
B. Jenis Data	30
C. Teknik Pengambilan Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Definisi Operasional Variabel	34
F. Uji Kualitas Instrumen	37
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	44
B. Uji Kualitas Instrumen	58
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	61
D. Pembahasan (Interpretasi).....	79
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	92
A. Simpulan.....	92
B. Saran.....	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

3.1. Bobot Penilaian	33
4.1. Hasil Pengumpulan Data	52
4.2. Sampel Penelitian	54
4.3. Diskripsi Kareteristik Responden.....	55
4.4. Hasil Uji Validitas	59
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.6. Hasil Uji Normalitas	64
4.7. Hasil Uji Outlier.....	65
4.8. <i>Regression Weight</i>	67
4.9. <i>Standardized Direct Effects</i>	69
4.10. <i>Standardized Indirect Effects</i>	70
4.11. <i>Computation of degrees of freedom</i>	72
4.12. <i>Result</i>	72
4.13. Pengujian Hubungan Antar Indikator dan Variabel	73
4.14. Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Indeks</i>	76
4.15. <i>Variance</i>	77
4.16. Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Indeks</i> setelah modifikasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian Huang untuk menjadi dasar model penelitian barang-barang <i>gray market</i>	27
2.2. Model penelitian yang di gunakan untuk penelitian barang-barang <i>gray</i> <i>market</i>	28
4.1. Diagram alur masuknya barang-barang <i>gray market</i>	50
4.2. Jenis Kelamin	56
4.3. Usia	57
4.4. Fakultas	57
4.5. Diagram Jalur	62
4.6. Model Hipotesis.....	66
4.7. Output Model diagram awal.....	76
4.8. Hasil Modifikasi	78