

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, *FAMILIARITY*, PERSEPSI KUALITAS
DAN CITRA TOKO PADA MINAT BELI KONSUMEN PRODUK
PRIVATE LABEL INDOMARET DI YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PERCEIVED RISK , FAMILIARITY, PERCEIVED
QUALITY AND STORE IMAGE ON CONSUMER PURCHASE INTENTION
PRODUCTS PRIVATE LABEL INDOMARET IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

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



Oleh :

**DADANG SETIAWAN
20140410418**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

Halaman Pernyataan

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dadang Setiawan

Nomor Mahasiswa : 20140410418

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI RISIKO, *FAMILIARITY*, PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA TOKO PADA MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *PRIVATE LABEL* ENDOMARET DI YOGYAKARTA”** 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, 27 April 2018



Dadang Setiawan

MOTTO

KURANGI BERFIKIR, BANYAK BERTINDAK

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. ” (Q.S. Ar-Ra’d: 11)

“ Banyak orang yang bertanya bisnis apa yang bagus ? Jawabannya, Bisnis yang bagus adalah yang dibuka. Bukan di tanya terus.”

- Bob Sadino-

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:
Kedua orangtua Tercinta Bapak Parnoto
dan Ibu Surati
Yang Selalu Memberikan Do'a dan Motivasi
Sepenuhnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	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	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Minat Beli	11
3. Kualitas Layanan	12
4. <i>Private Label Image</i>	14
5. <i>Familiarity</i>	16
6. <i>Shelf Space</i>	17
7. Citra Toko	18
8. Persepsi Kualitas	19
9. Persepsi Risiko	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Hipotesis	23
D. Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Objek/Subjek Penelitian	30
B. Jenis Data	30
C. Teknik Pengambilan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
F. Uji Kualitas Instrumen Data	34
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	40
1. Gambaran Objek Penelitian	40
2. Profil Responden	41
3. Karakteristik Responden	41
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
3. Statistika Deskriptif	44
4. Hasil Penelitian	49
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	59
D. Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian	70
C. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Gerai Indomaret	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Evaluasi Goodness of Fit	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	44
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	45
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	45
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Label Image</i>	46
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Familiarity</i>	46
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko	47
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Shelf Space</i>	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Toko	48
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas	48
Tabel 4.12 Uji Normalitas	53
Tabel 4.13 Uji <i>Outlier</i>	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas dan <i>Singulary</i>	55
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Model Struktural Variabel Penelitian	29
Gambar 4.1 Diagram Alur	50
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	51