

PENGARUH CITRA TOKO, VARIASI KUALITAS, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN PRODUK MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR YOGYAKARTA

THE EFFECT OF STORE IMAGE, PRODUCT QUALITY VARIATION, PRODUCT SIGNATURENESS TO PERCEIVED QUALITY AND PURCHASE INTEREST ON PRIVATE LABEL PRODUCTS IN SHOPPING CENTER INDOGROSIR YOGYAKARTA



SKRIPSI

Oleh:

ARIF HIDAYATULLAH

20130410119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

PENGARUH CITRA TOKO, VARIASI KUALITAS, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN PRODUK MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR YOGYAKARTA

THE EFFECT OF STORE IMAGE, PRODUCT QUALITY VARIATION, PRODUCT SIGNATURENESS TO PERCEIVED QUALITY AND PURCHASE INTEREST ON PRIVATE LABEL PRODUCTS IN SHOPPING CENTER INDOGROSIR YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

ARIF HIDAYATULLAH

20130410119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

PENGARUH CITRA TOKO, VARIASI KUALITAS, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN PRODUK MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR YOGYAKARTA

THE EFFECT OF STORE IMAGE, PRODUCT QUALITY VARIATION, PRODUCT SIGNATURENESS TO PERCEIVED QUALITY AND PURCHASE INTEREST ON PRIVATE LABEL PRODUCTS IN SHOPPING CENTER INDOGROSIR YOGYAKARTA



Telah Disetujui Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing Skripsi



(Dr. Siti Dyah Handayani, MM.)
NIK. 19680531199202 143 012

Tanggal 26 April 2019

SKRIPSI

PENGARUH CITRA TOKO, VARIASI KUALITAS, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN PRODUK MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR YOGYAKARTA

THE EFFECT OF STORE IMAGE, PRODUCT QUALITY VARIATION, PRODUCT SIGNATURENESS TO PERCEIVED QUALITY AND PURCHASE INTEREST ON PRIVATE LABEL PRODUCTS IN SHOPPING CENTER INDOGROSIR YOGYAKARTA

Diajukan Oleh :

Arif Hidayatullah
20130410119


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

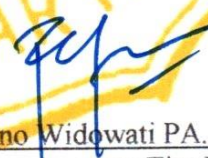
Tanggal 10 Mei 2019

Yang terdiri dari



Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si

Ketua Tim Penguji


Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M
Anggota Tim Penguji


Retno Widowati PA., M.S.i., Ph.D
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIK 1973 218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arif Hidayatullah

Nomor Mahasiswa : 20130410119

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP MINAT PEMBELIAN MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain, sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang memang secara tertulis menjadi acuan dalam penelitian ini dan hal itu disebutkan dalam daftar pustaka. Namun apabila dalam skripsi diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta 26 April 2019



Arif Hidayatullah

MOTTO

“Barangsiapa memberi petunjuk pada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengikuti ajakannya tanpa mengurangi pahala mereka sedikit pun juga.” (HR. Muslim no. 2674)

Berani mencoba sesuatu yang baik untuk mendapatkan pengalaman yang unik, daripada tidak pernah mencoba sama sekali dan akan menyesal di akhir hayat.

Kesuksesan lebih nikmat jika melalui proses perjuangan yang panjang dan sarat akan pengalaman.

Cintai dan tekunilah pekerjaan yang didapatkan daripada sibuk mencari-cari pekerjaan yang mengiming-imingi materi tinggi tetapi hati merasa tidak tenang.

Habiskan masa gagal sedini mungkin untuk meraih kemenangan

PERSEMBAHAN

KARYA YANG TELAH DINANTI-NANTI UNTUK KEDUA ORANG

TUAKU

Untuk Ibuku tersayang kuucapkan terima kasih yang tiada batas atas setiap do'a yang engkau panjatkan, nasehat, petuah bijak, kepercayaan, dan kasih sayang kepada anakmu ini. Terima kasih sudah mendukung dengan kesabaran sehingga terlahirlah karya kecil ini untuk memenuhi persyaratan sebagai seorang sarjana.

Maafkan bila anakmu ini selalu menyakiti hatimu tanpa mempedulikan keadaanmu.

Untuk Bapak yang diam-diam mengamati gerak-gerikku dari awal kuliah hingga saat ini. Terima kasih yang amat mendalam saya ucapkan, sikapmu yang begitu kaku dan misterius tak dapat menyembunyikan rasa tanggung jawab sebagai kepala keluarga. Berangkat pagi menuju kantor, pulang petang menuju rumah demi keberlangsungan hidup keluarga mungil ini. Engkau tetap menjadi pendukung utama saya dalam berwirausaha dan menjadikan saya pribadi yang mandiri dan peduli dengan hal sekitar.

Untuk adik kandungku yang lebih muda dari saya, meskipun sikapmu yang menyebalkan dan cerewet tetapi kamu punya jiwa yang periang dan supel dengan orang-orang sekitar.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra toko, variasi kualitas dan *product signatureness* terhadap kualitas yang dipersepsikan dan minat pembelian di pusat perbelanjaan Indogrosir Yogyakarta. Penelitian ini mengambil sampel berjumlah 150 orang dengan teknik *accizdental sampling* dan *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Indogrosir. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling- Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menyimpulkan: 1) Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas yang dipersepsikan; 2) Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian; 3) Variasi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas yang dipersepsikan; 4) Variasi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian; 5) *Product signatureness* tidak berpengaruh terhadap kualitas yang dipersepsikan; 6) *Product signatureness* tidak berpengaruh terhadap minat pembelian; 7) Kualitas yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: Citra Toko, Variasi Kualitas, *product signatureness*, Kualitas Dipersepsikan, Minat Pembelian.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of store image, product quality variations and product signatureness to perceived quality and purchase interest in the shopping center Indogrosir Yogyakarta. This study sampled amounted to 150 people with accidental sampling techniques and purposive sampling techniques. Data were collected by distributing questionnaires to customers Indogrosir. The data were analyzed descriptively and using Structural Equation Modeling- Partial Least Square (PLS-SEM).

Results of the study concluded: 1) Image stores have a positive and significant effect on perceived quality; 2) Image stores have a positive and significant effect on the purchase interest; 3) Product quality variations have a positive and significant effect on perceived quality; 4) Product quality variations have a positive and significant effect on the purchase interest; 5) Product signatureness has no effect on perceived quality; 6) Product signatureness has no effect on the purchase interest; 7) Perceived quality have a positive and significant effect on purchase interest.

Keywords: *store image, product quality variations, product signatureness, perceived quality, purchase interest.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkah kesehatan, pikiran yang bersih, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat bertekad kuat untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN, *PRODUCT SIGNATURENESS* TERHADAP MINAT PEMBELIAN MEREK PRIVAT DI INDOGROSIR.**

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan strata satu untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tanpa ridho Allah SWT serta bantuan dari segala pihak, skripsi ini tentu tidak akan pernah terselesaikan. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk penulis terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Rizal Yaya, Ph.D.,M.Sc.,AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya dalam mengerjakan karya tulis ini.
4. Rekan-rekan seperjuangan yang tentunya tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna memperbaiki demi hasil yang lebih baik.

Bantul, 26 April 2019

Arif Hidayatullah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. <i>Private Label Brand</i>	10
2. Citra Toko.....	11
3. Variasi Kualitas.....	13

4. <i>Product Signatureness</i>	14
5. Kualitas yang Dipersepsikan	15
6. Minat Pembelian.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Penurunan Hipotesis	22
1. Pengaruh citra toko terhadap kualitas yang dipersepsikan konsumen.....	23
2. Pengaruh citra toko terhadap minat pembelian konsumen.....	23
3. Pengaruh variasi kualitas terhadap kualitas yang dipersepsikan konsumen.....	24
4. Pengaruh variasi kualitas terhadap minat pembelian konsumen.....	24
5. Pengaruh <i>Product Signatureness</i> terhadap kualitas yang dipersepsikan.....	25
6. Pengaruh <i>Product Signatureness</i> terhadap minat pembelian ...	25
7. Kualitas yang dipersepsikan berpengaruh terhadap minat pembelian.	26
D. Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	28
B. Jenis Data.....	28
C. Teknik Pengambilan Sampel	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30

E. Definisi Operasional Variabel	31
F. Analisis Data.....	33
1. Analisis Deskriptif.....	33
2. Analisis SEM-PLS.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek dan Subyek Penelitian	42
1. Objek Penelitian	42
2. Subjek Penelitian	44
B. Analisis Deskriptif	47
1. Variabel Citra Toko	47
2. Variabel Variasi Kualitas	49
3. Variabel <i>Product Signatureness</i>	49
4. Variabel Kualitas Dipersepsikan	50
5. Variabel Minat Pembelian.....	52
C. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	53
1. Outer Model.....	53
2. Inner Model	55
3. Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	57
4. Uji Hipotesis	60
D. Pembahasan	63
1. Pengaruh Citra toko terhadap kualitas yang dipersepsikan	63
2. Pengaruh Citra toko terhadap minat pembelian	64

3. Pengaruh Variasi kualitas terhadap kualitas yang dipersepsikan	65
4. Pengaruh Variasi kualitas terhadap minat pembelian	66
5. Pengaruh <i>Product signatureness</i> terhadap kualitas yang dipersepsikan	67
6. Pengaruh <i>Product signatureness</i> terhadap minat pembelian....	68
7. Pengaruh Kualitas yang dipersepsikan terhadap minat pembelian	69
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	72
A. Simpulan, Keterbatasan dan Saran	72
B. Keterbatasan Penelitian	72
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77
1. Output Olah Data Lisrel 8.80.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel <i>Goodness of Fit Index</i>	39
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3. Tabel Interval Bobot Skor Mean.....	45
Tabel 4.4. Deskriptif Variabel Citra Toko	46
Tabel 4.5. Deskriptif Variabel Variasi Kualitas	47
Tabel 4.6. Deskriptif Variabel <i>Product Signatureness</i>	48
Tabel 4.7. Deskriptif Variabel Kualitas yang Dipersepsikan.....	49
Tabel 4.8. Deskriptif Variabel Minat Pembelian	50
Tabel 4.9. Tabel Validitas konvergen	52
Tabel 4.10. Uji AVE dan CR	53
Tabel 4.11. Tabel hasil uji kecocokan model.....	57
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	27
Gambar 4.1. Gambar basic model dengan <i>Standardized Solution</i>	54
Gambar 4.2. Grafik nilai koefisien korelasi <i>Inner Model</i>	56