

**PERAN SIKAP SEBAGAI PEMEDIASI TERHADAP PENGARUH  
PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PADA NIAT BELI  
(Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan)**

**TESIS**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister  
Program Studi Magister Manajemen

Minat Utama:

Manajemen Pemasaran



Disusun oleh:

**DIAN CITANINGTYAS ARI KADI**

**NIM: S411408012**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2016**

**PERAN SIKAP SEBAGAI PEMEDIASI TERHADAP PENGARUH PERSEPSI  
HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PADA NIAT BELI  
(Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan)**


Disusun oleh:

**Dian Citaningtyas Ari Kadi**  
**NIM: S411408012**

Telah disetujui Pembimbing

Pada tanggal: ....01...2016

Pembimbing

  
**Dr. Budhi Haryanto, MM**  
**NIP. 196009041986011001**

Mengetahui:

**Ketua Program Studi Magister Manajemen**

  
**Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, M.S**  
**NIP. 195901301986012001**

## LEMBAR PENGESAHAN

PERAN SIKAP SEBAGAI PEMEDIASI TERHADAP PENGARUH PERSEPSI  
HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PADA NIAT BELI  
(Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan)

Disusun oleh:

DIAN CITANINGTYAS ARI KADI  
NIM: S411408012

Telah disetujui dan diserahkan oleh Tim Penguji:

Pada tanggal: 25 Juli 2016

Ketua Tim : Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, MS  
Penguji NIP. 19590130 198601 2 001

Penguji : Dr. Wisnu Untoro, MS  
NIP. 19540220 198003 1 002

Pembimbing : Dr. Budhi Harvanto, MM  
NIP. 19600904 198601 1 001

Mengetahui,



Direktor PPS UNS,

Prof. Dr. M. Fergon Hidayatullah, M.Pd  
NIP. 19600727 198702 1 001

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen,

Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, MS  
NIP. 19590130 198601 2 001

**PERNYATAAN**

Nama : Dian Citaningtyas Ari Kadi

NIM : S411408012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Peran Sikap Sebagai Pemediasi Terhadap Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Pada Niat Beli (Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit Di Magetan)” adalah betul-betul karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tesis ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tesis dan gelar yang saya peroleh atas tesis tersebut.

Surakarta, ..... 25 JULI 2016

Yang Menyatakan



Dian Citaningtyas Ari Kadi

## PRAKATA

Segala puji bagi Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat pada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tesis dengan judul **“Peran Sikap Sebagai Pemediasi Terhadap Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Pada Niat Beli” (Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit di Magetan)** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Persiapan dan penyusunan laporan penelitian ini mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, dan dorongan dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M. Pd selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, M.S selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Dr. Budhi Haryanto, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatiannya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Staf pengajar di Program Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Staf administrasi di Program Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini.
8. Teman-teman Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Angkatan 43 yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis.

Penyusun menyadari bahwa laporan penelitian ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan penelitian ini.

Penulis

## MOTTO

**“NOT ALL OF US can do great things. But we can do small things WITH  
GREAT LOVE**

**(Mother Teresa)**

**“ Apapun yang terjadi hari ini, ingatlah bahwa Kesabaran lebih  
memberhasilkan daripada kepandaian. Maka bersabarlah, hadapi dengan  
hati yang penuh doa, lakukanlah yang terbaik dalam kemampuan anda, lalu  
perhatikan apa yang akan terjadi.”**

**(Mario Teguh)**

**“JANGAN TAKUT MENCOBA HAL BARU JIKA BERHASIL NIKMATI  
KESUKSESANMU JIKA GAGAL NIKMATI PEMBELAJARANMU...”**

## PERSEMBAHAN

### **Karya sederhana ini dipersembahkan untuk:**

- ❖ Allah Bapa di Surga dan Bunda Maria yang telah memberikan kehidupan dan kesempatan untukku.
- ❖ Kedua Orang Tuaku yang telah memberikan yang terbaik untuk masa depanku
- ❖ Faustine Kirana anaku yang selalu buat aku tersenyum dan semangat
- ❖ Teman-teman dan Sahabat MM angkatan 43 yang selalu memberikan dukungan dan semangat
- ❖ Teman-teman satu bimbingan Bapak Budhi Haryanto, yang terus mendukung dan memberiku semangat untuk rajin bimbingan.
- ❖ Seluruh Dosen dan Staf MM Universitas Sebelas Maret
- ❖ Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini



## ABSTRAK

### **PERAN SIKAP SEBAGAI PEMEDIASI TERHADAP PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PADA NIAT BELI (Survey Niat Beli Konsumen Pada Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan)**

**DIAN CITANINGTYAS ARI KADI**  
**S411408012**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap niat beli konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di sentra industri kulit Magetan yang mempunyai niat beli. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (kuesioner). Skala yang digunakan yaitu skala Likert dengan rentang 5 pilihan yang digunakan sebagai pengukuran instrumen kuesioner. Data yang telah terkumpul kemudian diuji konsistensi dan kecermatan alat ukurnya melalui uji validitas dan reliabilitas.

Alat analisis yang digunakan untuk menguji model tersebut adalah Eviews. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kualitas dan persepsi harga secara positif berpengaruh pada pembentukan sikap konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kualitas dan persepsi harga merupakan variabel penting yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi sikap konsumen. Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa sikap konsumen berpengaruh positif pada niat beli konsumen, sehingga semakin tinggi sikap konsumen maka akan berdampak pada semakin tingginya niat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka didapat implikasi penelitian yaitu (1). Implikasi Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman bagi para akademisi terkait dengan konsep niat beli konsumen dan diharapkan dapat menjadi bahan diskusi yang selanjutnya dapat dikembangkan dan diuji lagi pada obyek dan *setting* penelitian yang berbeda. (2). Implikasi Studi ke depan, penelitian ini memberikan peluang bagi studi lanjutan untuk mengembangkan model pada konteks yang lebih luas dan diharapkan memberi pemahaman kepada peneliti untuk memanfaatkannya sebagai pertimbangan dalam mendesain metode riset yang digunakan untuk pengujian model yang ingin diteliti. (3). Implikasi Praktis, Studi ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada pemasar terkait dengan niat beli konsumen. Pemahaman terhadap konsep niat beli konsumen dapat memberikan perspektif yang lebih luas pada para pemasar.

Kata kunci: persepsi harga, persepsi kualitas, sikap konsumen, niat beli.

**ABSTRACT**  
**THE ROLE OF ATTITUDES AS A MEDIATING INFLUENCE ON THE**  
**PERCEPTION OF PRICE AND QUALITY PERCEPTIONS ON**  
**PURCHASE INTENTIONS**  
**(Survey Consumer Intentions Buy Leather Crafts in Magetan District)**

**DIAN CITANINGTYAS ARI KADI**  
**S411408012**

This study aimed to examine the effect of price perception, perception of quality, and consumer attitudes toward the purchase intention in this study is konsumen. Sampel tourists visiting Magetan leather industrial district that has purchase intention. The data collection was done by giving a set of questions to the respondent or written questions to be answered (the questionnaire). The scale used is a Likert scale with a range of five options that are used as the measurement instrument that has been collected kuesioner. Data then tested the consistency and precision of the measuring instrument through validity and reliability test.

The analytical tool used to test the model is Eviews. Based on the analysis, this study indicates that the perception of quality and price perception in a positive effect on the formation of consumer attitudes. This indicates that the perception that the perception of quality and price is an important variable to consider in influencing consumer attitudes. The results also indicate that the positive effect on consumer attitudes and purchase intent of consumers, so the higher the consumer's attitude will have an impact on the increasing consumer purchasing intentions.

Based on these results, the importance of the implications of the study are (1). The theoretical implications, this research can improve understanding for academics associated with the concept of consumer purchase intentions and hoped to become a discussion that can be developed and tested again on the object and setting different studies. (2). Study Implications forward, this study provides opportunities for advanced study to develop a model in a broader context and is expected to give an understanding to researchers for use as consideration in designing the research methods used for testing the model to be observed. (3). Practical implications, this study is expected to provide insight to marketers associated with consumer purchase intentions. Understanding the concept of consumer purchase intentions can provide a broader perspective on the marketers.

**Keywords:** perception of price, perceived quality, consumer attitudes, purchase intentions.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
PRAKATA .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
A. Niat Pembelian .....	9
B. Posisi Studi .....	10
C. Pengembangan Hipotesis .....	13
1. Hubungan Persepsi Harga dengan Sikap Konsumen .....	13
2. Hubungan Persepsi Kualitas dengan Sikap Konsumen .....	15
3. Hubungan Sikap Konsumen dengan Niat Beli .....	18
4. Model Penelitian .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
1. Lingkup Penelitian .....	22

2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Instrumen Penelitian .....	24
1) Persepsi Harga .....	24
2) Persepsi Kualitas.....	25
3) Sikap Konsumen.....	25
4) Niat Beli.....	26
4. Metode Analisis Data .....	26
1) Analisis Deskriptif .....	27
2) Analisis Kuantitatif .....	27
a. Uji Validitas .....	27
b. Uji Reliabilitas .....	28
c. Uji Asumsi Klasik.....	29
1. Uji Normalitas .....	29
2. Uji Autokorelasi .....	29
3. Uji Heteroskedastisitas.....	30
4. Uji Multikolinieritas.....	30
d. Pemilihan Metode Statistik.....	31
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
1. Analisis Deskriptif .....	32
2. Hasil Pengujian Instrumen .....	35
a. Uji Validitas Konstruk (CVA).....	35
b. Uji Reliabilitas (Cronbach Alpha) .....	40
c. Asumsi Klasik.....	41
1. Uji Normalitas.....	41
2. Uji Autokorelasi.....	42
3. Uji Heteroskedastisitas.....	43
4. Uji Multikolinieritas.....	44
d. Uji Hipotesis .....	45
1. Hubungan Persepsi Harga dan Sikap Konsumen.....	45
2. Hubungan Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen .....	47

3. Hubungan Sikap Pada Niat Beli.....	48
<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Simpulan .....	51
B. Implikasi Penelitian.....	52
1. Implikasi Teoritis.....	52
2. Implikasi Studi ke Depan.....	53
3. Implikasi Praktis .....	53
C. Keterbatasan .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel IV.1 Profil Demografi .....	33
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Tahap 1 .....	36
Tabel IV.3 Hasil Pengujian Validitas Konstruk .....	37
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Setelah Drop Item .....	38
Tabel IV.5 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Tahap II .....	39
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel IV.7 Kolmogorov-Smirnov .....	41
Tabel IV.8 Hasil Pengujian Heterkedasitisitas .....	43
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	44
Tabel IV.10 Hasil Analisis Regresi .....	45
Tabel IV.11 Uji Mediasi .....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian ..... 21

