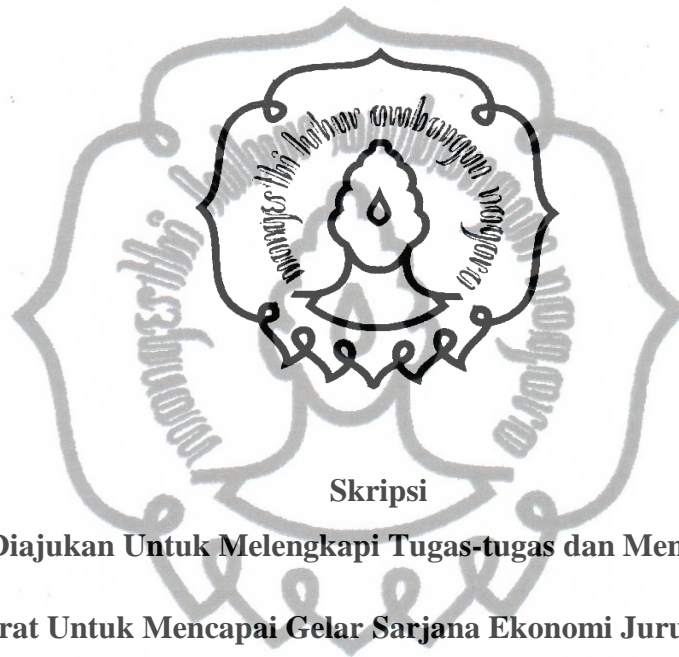


**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA SIKAP
LABEL PRIBADI DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

(Studi pada Pengunjung Hypermart di Kota Surakarta)



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi

Syarat-syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Oleh :

DIANA RATNASARI

F0209041

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

com/2013 user

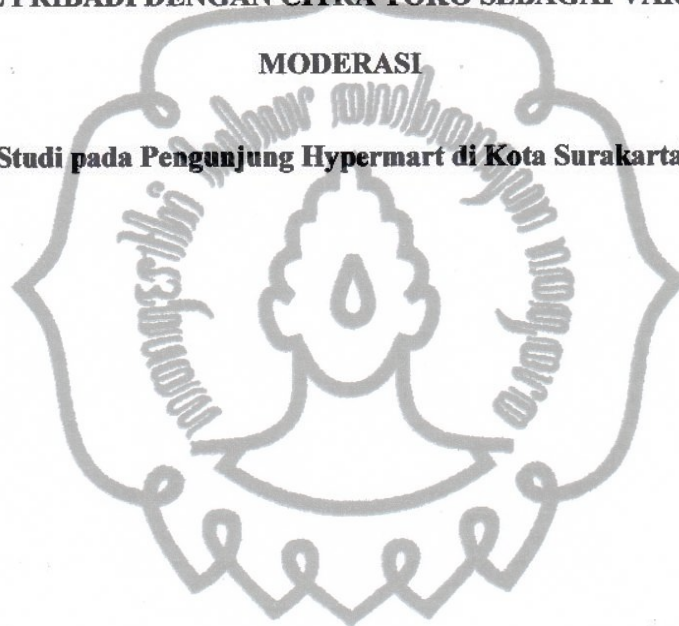
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA SIKAP
LABEL PRIBADI DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI VARIABEL**

MODERASI

(Studi pada Pengunjung Hypermart di Kota Surakarta)



Surakarta, 12 September 2013

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Djoko Purwanto, MBA

NIP. 19590116.198503.1.004

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

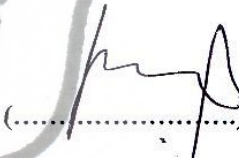

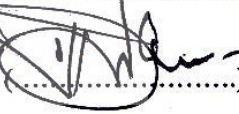
**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA SIKAP LABEL
PRIBADI DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada Pengunjung Hypermart di Kota Surakarta)**

Atas nama mahasiswa: **Diana Ratnasari (F0209041)**

Telah diterima dengan baik oleh tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas
Sebelas Maret, guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, 17 Oktober 2013

Tim Penguji Skripsi:

- | | | | |
|----|--|------------|---|
| 1. | <u>Drs. Heru Purnomo, M.M</u>
NIP. 19570122.198603.1.003 | Ketua | (.....
 |
| 2. | <u>Lilik Wahyudi, S.E, M.Si</u>
NIP. 19800603.200501.1.001 | Sekretaris | (.....
 |
| 3. | <u>Drs.Djoko Purwanto, MBA</u>
NIP. 19590116.198503.1.004 | Pembimbing | (.....
 |

Disahkan Oleh

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si

NIP 19590403.198601.2.001

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan untuk:

- ❶ Ibu dan Bapak tercinta ♥
- ❷ Kakak Arifin Suryo Nugroho dan Fiki Aristantie ♥
- ❸ Kesayanganku Adityawan Pradana Putra ♥
- ❹ Sahabatku Fiki dan Danik ♥
- ❺ Teman-teman Manajemen 2009 ♥

commit to user

MOTTO

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar"

(Al-Baqarah:153)

"Kita berdoa kalau kesusahan dan membutuhkan sesuatu, mestinya kita juga berdoa dalam kegembiraan besar dan saat rezeki berlimpah"

(Kahlil Gibran)



ANALYSIS EFFECT OF PERCEIVED CONSUMER ON PRIVAT LABEL ATTITUDE WITH STORE IMAGE AS MODERATION VARIABLE

(studi case on visitor hypermart Surakarta)

ABSTRACT

This study aims to examine the role of perceived risk, perceived quality, price consciousness, perceived value of privat label attitude. Furthermore, this study is willing store image variable for moderating effect between of perceived risk, perceived quality, price consciousness, perceived value on privat label attitude of visitor Hypermart Surakarta.

The population in this study is visitor Hypermart Surakarta. The sample is visitor once buying or know about hypermart label product have plus value of 240 respondents. The sampling technique that is used by this study is purposive sampling technique. This study collects data by using designed questionnaire.

Instrument test in this study by means of validity and reliability. Hipotesis test used Regression Analysis metode to explain the relationship between variables. Results of the test show that perceived risk, perceived quality, price consciousness, perceived value have significant effect to private label attitude. Store image as moderating variable strengthen relationship between perceived risk and perceived quality to privat label attitude, mean while relationship between price consciousness and perceived value of private label attitude was not moderated with store image.

Keyword: perceived risk, perceived quality, price consciousness, perceived value, store image, and private label attitude

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA SIKAP LABEL PRIBADI DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada Pengunjung Hypermart di Kota Surakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, persepsi kualitas, kesadaran harga, persepsi nilai pada sikap label pribadi. Selanjutnya, mengkaji peran variabel citra toko untuk memoderasi pengaruh persepsi risiko, persepsi kualitas, kesadaran harga, persepsi nilai pada sikap label pribadi pada pengunjung Hypermart di Kota Surakarta.

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Hypermart di Kota Surakarta. Sampelnya pengunjung yang pernah membeli atau mengetahui produk Hypermart yang bermerk value plus dengan jumlah sampel 200 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner.

Uji instrument pada penelitian ini melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan *Metode Regression Analysis* untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Hasil pengujian mengungkapkan bahwa persepsi risiko, persepsi kualitas, kesadaran harga, persepsi nilai berpengaruh signifikan pada sikap label pribadi. Citra toko sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan persepsi risiko dan persepsi kualitas pada sikap label pribadi, sedangkan hubungan kesadaran harga dan persepsi nilai pada sikap label pribadi tidak dimoderasi citra toko.

Kata kunci: persepsi risiko, persepsi kualitas, kesadaran harga, persepsi nilai, citra toko dan sikap label pribadi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Segala puji dan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Sikap Label Pribadi Dengan Citra Toko Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pengunjung Hypermart di Kota Surakarta).

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa moral maupun material. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

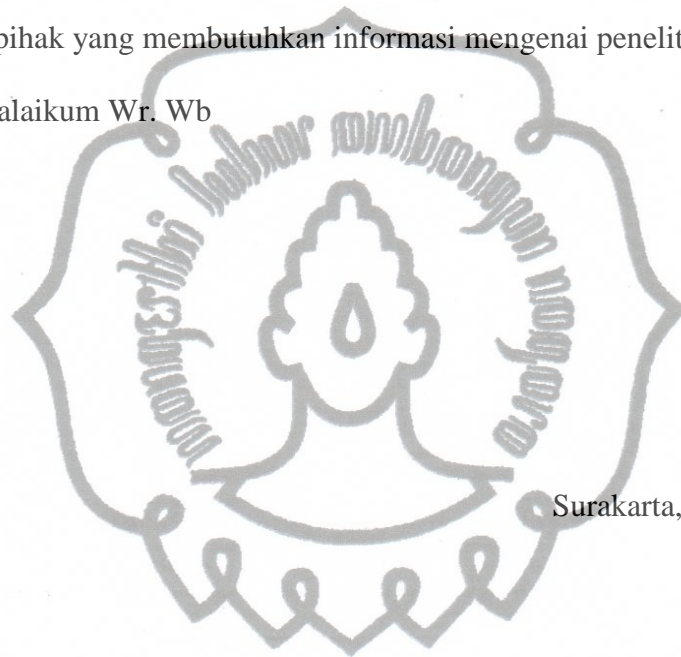
1. Dr. Wisnu Untoro, M.S., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Djoko Purwanto, MBA., selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan masukan dan nasehat dalam penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

commit to user

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis berlapang dada untuk menerima kritik dan saran yang diberikan oleh semua pihak. Hal ini demi kebaikan studi yang akan datang.

Akhir kata, harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan informasi mengenai penelitian yang terkait.

Wassalamualaikum Wr. Wb



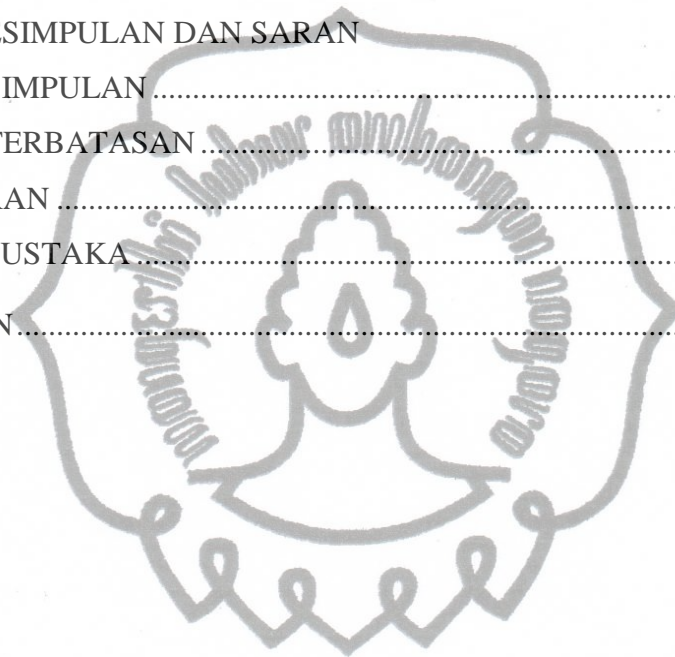
Surakarta, September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATAPENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. DESKRIPSI VARIABEL	9
B. PENELITIAN TERDAHULU	17
C. KERANGKA PEMIKIRAN	19
D. PENGEMBANGN HIPOTESIS	19
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	24
B. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	25
C. TEKNIK SAMPLING DAN PENGUMPULAN DATA	26
D. DEFINISI OPERASIONAL.....	27

E. METODE ANALISIS DATA.....	31
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. DESKRIPSI RESPONDEN	38
B. UJI INSTRUMEN.....	42
C. UJI ASUMSI KLASIK	48
D. UJI HIPOTESIS	53
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN.....	61
B. KETERBATASAN.....	63
C. SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	39
Tabel IV.2	39
Tabel IV.3	40
Tabel IV.4	41
Tabel IV.5	42
Tabel IV.6	44
Tabel IV.7	45
Tabel IV.8	46
Tabel IV.9	47
Tabel IV.10	48
Tabel IV.11	48
Tabel IV.12	50
Tabel IV.13	51
Tabel IV.14	52
Tabel IV.15	54

commit to user

DAFTAR GAMBAR

II.1. Kerangka pemikiran 19



commit to user

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner penelitian	68
2.	Uji validitas pretest	73
3.	Uji reliabilitas pretest.....	74
4.	Uji validitas sampel besar	77
5.	Uji reliabilitas sampel besar	80
6.	Uji hipotesis MRA.....	83
7.	Uji multikolinearitas	84
8.	Uji normalitas	85
9.	Uji heterokedastisitas.....	86
10.	Tabulasi data.....	87

commit to user