



**PENGARUH RISIKO PEMBELIAN, NORMA
SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
SIKAP KONSUMEN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN REKAMAN MUSIK
ILEGAL DI KOTA TANGERANG**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

Sofyan Hardiyanto

55112110022

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of purchase risk, subjective norms and perceived price on consumer attitudes and their implications to purchase intention of illegal music recordings in Tangerang. Both primary and secondary data were obtained from various sources such as books and journals. Primary data were obtained using questionnaire using purposive sampling technique with several consideration. Total sample of 168 were gained from population of 1,157,433 peoples who like music in Tangerang. AMOS version 18.00 was employed for data processing.

Based on data analysis, it can be inferred that purchase risk significantly affected to consumer attitudes. While subjective norms, perceived price variables do not significantly affect on consumer attitudes. Purchase risk, subjective norm, and perceived price variables are not significantly affected on purchase intention. While consumer attitudes significantly affected on purchase intention.

Keywords: purchase risk, subjective norm, perceived price, consumer attitude, purchase intention



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh risiko pembelian, norma subjektif dan persepsi harga terhadap sikap konsumen dan implikasinya terhadap minat pembelian rekaman musik ilegal di kota Tangerang. Data primer dan sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel adalah 168 responden dari jumlah populasi 1,157,433 orang penggemar musik di kota Tangerang. Data diolah menggunakan AMOS versi 18.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel risiko pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen. Sedangkan variabel norma subjektif, persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen. Adapun variabel risiko pembelian, norma subjektif dan persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian. Sedangkan variabel sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian.

Kata kunci : risiko pembelian, norma subjektif, persepsi harga, sikap konsumen, minat pembelian



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Risiko Pembelian, Norma Subjektif dan Persepsi Harga terhadap Sikap Konsumen dan Implikasinya terhadap Minat Pembelian Rekaman Musik Ilegal di Kota Tangerang**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian

Nama : Sofyan Hardiyanto

NIM : 55112110022

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : September 2014



Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Rina Astini, SE, ME

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Augustina Kurniasih, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : **Pengaruh Risiko Pembelian, Norma Subjektif dan Persepsi Harga terhadap Sikap Konsumen dan Implikasinya terhadap Minat Pembelian Rekaman Musik Ilegal di Kota Tangerang**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian

Nama : Sofyan Hardiyanto

NIM : 55112110022

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : September 2014

Merupakan hasil studi pustaka dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, September 2014

Sofyan Hardiyanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan anugrah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Pengaruh Risiko Pembelian, Norma Subjektif dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Konsumen dan Implikasinya Terhadap Minat Pembelian Rekaman Musik Ilegal di Kota Tangerang".

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Rina Astini, SE, ME, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Anik Trisuwarni, MM, selaku Dosen Pembahas pada Seminar Proposal Tesis.
3. Muchsin S. Shihab, MBA., Ph.D, selaku Dosen Penguji pada Sidang Tesis.
4. Dr. Farida Elmi, MM, selaku Ketua Ujian Sidang Tesis.
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana.
6. Dr. Augustina Kurniasih, MM, selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.

7. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Pascasarjana.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.
9. Istri tercinta yang senantiasa membantu, memberikan doa dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Keluarga yang telah mendoakan dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari materi dan penyajian tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak Akhinya, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, September 2014

Sofyan Hardiyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
BAB II DESKRIPSI INDUSTRI	16
2.1 Sejarah Industri Rekaman di Indonesia.....	16
2.2 Media Penyimpanan Rekaman Musik	20
2.2.1 Piringan Hitam	20

2.2.2 Kaset.....	22
2.2.3 Cakram Padat (CD) dan Musik Digital (MP3)	24
2.3 Perusahaan Rekaman	25
2.4 Tantangan Bisnis.....	28
2.4.1 Tantangan Bisnis Perusahaan Rekaman.....	28
2.4.2 Tantangan Bisnis Asosiasi Industri Rekaman.....	28
2.5 Visi dan Misi	29
2.5.1 Visi dan Misi Perusahaan Rekaman.....	29
2.5.2 Visi dan Misi Asosiasi Industri Rekaman.....	30
2.6 Proses Bisnis Industri Rekaman.....	31
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	33
3.1 Kajian Pustaka.....	33
3.1.1 Risiko Pembelian.....	33
3.1.2 Norma Subjektif.....	35
3.1.3 Persepsi Harga.....	38
3.1.4 Sikap Konsumen	43
3.1.5 Minat Pembelian	47
3.2 Penelitian Terdahulu	50
3.3 Kerangka Pemikiran.....	52
3.3 Hipotesis Penelitian.....	54

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	55
4.1 Jenis Disain Penelitian	55
4.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	56
4.3 Lokasi Penelitian.....	56
4.4 Pendekatan Penelitian	56
4.5 Variabel Penelitian	57
4.5.1 Definisi Konsep Variabel Penelitian.....	57
4.5.2 Operasional Variabel.....	58
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	60
4.7 Jenis dan Sumber Data.....	62
4.8 Teknik Pengumpulan Data.....	63
4.8.1 Kuesioner	63
4.8.2 Wawancara.....	64
4.9 Teknik Analisis Data.....	64
4.9.1 Analisis Deskriptif	64
4.9.2 Analisis Inferensial Statistik dengan Analisis SEM.	64
A. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory</i> <i>Factor Analysis</i>) atau CFA.....	65
B. Analisis Model Struktural	65
C. Evaluasi Model Struktural.....	66
1. Skala Pengukuran Variabel (Skala Data)	67
2. Ukuran Sampel.....	67
3. Normalitas Data	68

4. Data <i>Outliers</i>	68
5. <i>Multicolinearity</i> dan <i>Singularity</i>	69
6. Uji Reliabilitas Konstruk.....	69
7. Discriminant Validity.....	70
4.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	70
4.10.1 Uji Validitas	70
4.10.2 Uji Reliabilitas	71
4.10.3 Uji Hipotesis Penelitian.....	72
4.11 Analisis Dimensi Variabel Penelitian	73
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	76
5.1.1 Lokasi Penelitian.....	76
5.1.2 Karakteristik Responden.....	76
5.1.3 Distribusi Jawaban Responden	78
1. Variabel Risiko Pembelian.....	79
2. Variabel Norma Subjektif	81
3. Variabel Persepsi Harga.....	82
4. Variabel Sikap Konsumen.....	84
5. Variabel Minat Pembelian.....	85
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	87
5.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	87
5.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	91

5.3 Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	92
5.4 Pengujian Hipotesis.....	94
5.5 Analisis Dimensi Variabel Penelitian	96
1. Korelasi Antara Dimensi pada Variabel Risiko dengan Sikap Konsumen.....	96
2. Korelasi Antara Dimensi pada Variabel Sikap Konsumen dengan Minat Pembelian	97
5.6. Pembahasan.....	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
6.1 Kesimpulan	103
6.2 Saran.....	106
6.2.1 Saran Bagi Pihak Manajemen Perusahaan Industri Rekaman.....	106
6.2.2 Saran Bagi Akademisi/Peneliti	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	163