

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HIJAU BERAS ORGANIK
(Studi Kasus Pada Pembelian Beras Organik di
CV. Raja Pulen Sudimara Pinang Tangerang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : ISKANDAR MUDA PULUNGAN

NIM : 43113010198

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iskandar Muda Pulungan

NIM : 43113010198

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2016



Iskandar Muda Pulungan

NIM : 43113010198

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Iskandar Muda Pulungan
NIM : 43113010198
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Beras Organik (Studi Kasus Pada Pembelian Beras Organik di CV. Raja Pulen Sudimara Pinang Tangerang).
Tanggal Ujian Skripsi : 18 Februari 2016

Disahkan oleh,

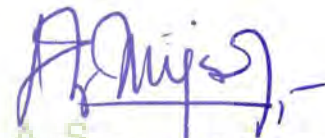
Pembimbing,

Ketua Penguji



(Dr. Rina Astini SE., MM)

Tanggal : 24/2 2016



(Luna Haningsih, SE.ME)

Tanggal : 22/2 2016

Dekan, Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis



Prof Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal : 24/2 2016

Ketua Program Studi
Manajemen S1



Dr. Rina Astini SE., MM)

Tanggal : 24/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Beras Organik (Studi Kasus Pada Pembelian Beras Organik di CV. Raja Pulen Sudimara Pinang Tangerang).** Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.

Dalam kesempatan ini Penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, waktu, saran semangat dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Selain itu, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini, kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
4. Yang teristimewa, Kepada orang tua saya yang luar biasa Nur Haidah dan Azharudin serta keluarga dan sanak family memberikan semangat dan do'a hingga saya bias menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 yang telah membantu, memberikan semangat serta memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama sahabat Steve, Nur, Sinyo, dan Yolanda.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga Allah SWT memberikan balasan sesuai dengan amal kebaikan yang telah diberikan. Akhirnya, penyusun berharap karya ini berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
Jakarta, Februari 2016
MERCU BUANA

Iskandar Muda Pulungan

DAFTAR ISI

SURATPERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	6
1. Konsep dan Pengertian Prilaku Konsumen.....	6
2. Pemasaran Hijau.....	11
3. Sikap.....	12
4. Persepsi Harga.....	15
5. Keputusan Pembelian.....	17
6. Penelitian Terdahulu	21
7. Hubungan Antara Variabel	24
B. Rerangka Pemikiran	25
C. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
1. Waktu Penelitian.....	26
2. Tempat Penelitian	26
B. Desain Penelitian.....	27
C. Definisi dan Operasional Variabel	27
1. Pengertian Variabel	27
2. Definisi Operasional Variabel	28
D. Pengukuran Variabel.....	31

E. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Jenis Data Penelitian	34
H. Metode Analisis Data	35
1. Uji Validitas	35
2. Uji Reliabilitas	35
3. Metode Statistik	37
4. Tahap-Tahap Dalam SEM	38
5. Pengujian Hipotesis	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	47
1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif	47
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	50
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	50
2. Variabel Persepsi Harga	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	53
3. Variabel Sikap	54
a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	56
4. Variabel Keputusan Pembelian	56
a. Uji Validitas	56
b. Uji Reliabilitas	59
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran	60
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	60
2. Model Pengukuran Uji T – Value dan Pengujian Hipotesis Penelitian	61
E. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Sikap	63
2. Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	65
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	22
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Index</i>	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	50
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	52
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Sikap	55
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan	61
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	62



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Komponen Sikap Konsumen.....	14
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Mode Pengukuran Variabel Perspsi Harga	52
Gambar 4.2 Model Pengukuran Variabel Sikap	54
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Gambar 4.4 Model Pengukuran Uji Kecocokan Keseluruhan.....	60
Gambar 4.5 Model Pengukuran Uji T-Value.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kusioner Penelitian
2. Hasil Kusioner Penelitian
3. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga
4. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap
5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian
6. Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan
7. Hasil Pengujian Hipotesis
8. Hasil *Goodness Of Fit* Model Stuktural Model Penelitian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA