

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI  
(Studi Kasus pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Jakarta)**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Lilik Kurniawan**

**NIM : 43113110344**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lilik Kurniawan

Nim : 43113110344

Program studi : Manajemen S1

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.

Jakarta, 25 Agustus 2017



**(Lilik Kurniawan)**

**Nim : 43113110344**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lilik Kurniawan  
Nim : 43113110344  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Konsumen Smarthone Xiaomi di Jakarta)  
Tanggal Lulus Ujian : 12 September 2017

Disahkan oleh

**Pembimbing,**



**(H. Sonny Indrajaya, Ir., MM)**

Tanggal : 19-9-2017

**Ketua Penguji,**



**(Suharno Pawirosumarto, Dr., MM)**

Tanggal : 19-9-2017

**Dekan,**



**(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA)**

Tanggal : 25/9-2017

**Ketua Program Studi  
S1 Manajemen,**



**(Dudi Permana, MM., Ph. D)**

Tanggal : 25/9-2017

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada TUHAN YESUS KRISTUS segala hikmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercubuana Jakarta..

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul penelitian **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Jakarta)”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Bapak H. Sonny Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku

Kaprodi Manajemen S1, Bapak Mochamad Soelton Ibrahim, S.Psi., MM dan Ibu Ryani Dhyhan Parashakti, SE, MM,. selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1.

5. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya yang luar biasa hebatnya Bambang Wibowo dan Suripah yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kakak dan adik saya Puspo Retno Sari dan Aprianto yang memotivasi, mendorong agar cepat selesainya skripsi ini.
7. Spesial Terima Kasih buat calon pasangan penulis Elsavana Oktaviani yang selalu mendukung, memotivasi, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Mercubuana.
9. Seluruh teman-teman satu bimbingan dengan Bapak H. Sonny Indrajaya, Ir., MM yaitu : Oka, Fadli, Aris, Nisa, Fenny, Yohanita dan teman-teman dari kampus Menteng yang saling membantu dan menanyakan penyelesaian penulisan skripsi.
10. Seluruh teman-teman manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa berjumpa lagi di lain waktu.

Amin

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2017

Lilik Kurniawan

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN             HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Manajemen .....	12
2. Manajemen Pemasaran .....	14
3. Perilaku Konsumen.....	16
4. Persepsi Konsumen.....	19
5. Persepsi Kualitas.....	20

6. Persepsi Harga .....	25
7. Persepsi Risiko .....	29
8. Minat Pembelian.....	32
B. Penelitian Pendahulu .....	35
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis .....	40

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1. Definisi Variabel .....	42
2. Operasional Variabel .....	43
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
1. Populasi .....	45
2. Sampel.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Metode Analisis .....	47
1. Analisis Deskriptif .....	48
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	56



2. Karakteristik Responden .....	56
B. Hasil Uji Statistik Deskripsi .....	60
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	64
1. Uji Validitas .....	64
2. Uji Reabilitas .....	68
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
1. Uji Normalitas .....	70
2. Uji Multikolinearitas .....	71
3. Uji Heterokedastisitas .....	72
E. Hasil Uji Hipotesis .....	73
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	75
4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	76
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
<b>BAB V    KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN .....	88

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel 1. 1	<i>Market Share Smartphone</i> .....	4
Tabel 1. 2	Perbandingan Harga Xiaomi Redmi 1S dengan pesaing tahun 2014.....	7
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.....	60
Tabel 4. 6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	61
Tabel 4. 7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas .....	62
Tabel 4. 8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	63
Tabel 4. 9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Resiko .....	63
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	65
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas .....	66
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	66
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko .....	67
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	68
Tabel 4. 15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kualitas.....	68
Tabel 4. 16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	69
Tabel 4. 17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Resiko.....	69

Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolienaritas .....	71
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75
Tabel 4. 22 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4. 23 Hasil Uji t.....	77

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
Gambar 1. 1	Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	1
Gambar 1. 2	Jumlah Penjualan <i>Smartphone</i> Xiaomi di Dunia.....	3
Gambar 2. 1	Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2. 2	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
Gambar 4. 1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72