



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI
RESIKO, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI DFSK GLORY 580**



TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAIWAN

55116120129

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli DFSK Glory 580**

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Daiwan

NIM : 55116120129

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing



UNIVERSITAS

(Dudi Permana, Ph.D)

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Daiwan
NIM : 55116120129
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli DFSK Glory 580.”

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 07 Juli 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 29 %.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta,2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli DFSK Glory 580**
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Daiwan
NIM : 55116120129
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 26 SEPTEMBER 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan 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 pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 26 September 2020



(Daiwan)

ABSTRACT

The purpose of this research is to test and analyze the influence of quality perception, risk perception, and price perception on the buying interest DFSK Glory 580. This study uses a purposive sample survey method with 150 respondents within 30 days. Testing the hypothesis proposed in this study performed with the Multiple Linear Regression Modeling test tool using SPSS 25.0 software. The results of the analysis of multiple linear regression models show that the variables of quality perception, risk perception, and price perception together (simultaneously) significantly influence on the buying interest. Partially each variable (perceived quality, perceived risk, and perceived price) significant positive effect on buying interest. Quality perception is the variable which has the biggest influence on buying interest.

Keywords: quality perception, risk perception, price perception, buying interest



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas, persepsi resiko, dan persepsi harga terhadap minat beli DFSK Glory 580. Penelitian ini menggunakan metode survei purposive sample dengan 150 responden dalam kurun waktu 30 hari. Pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan alat uji Model Regresi Linear Berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25.0. Hasil analisa model regresi linear berganda menunjukkan bahwa variable persepsi kualitas, persepsi resiko, dan persepsi harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Secara parsial masing-masing variabel (persepsi kualitas, persepsi resiko, dan persepsi harga) berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli. Persepsi kualitas merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap minat beli.

Kata kunci: persepsi kualitas, persepsi resiko, persepsi harga, minat beli



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala Rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli DFSK Glory 580.

Tesis ini ditulis dalam rangka tahapan memenuhi sebagian 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 menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. M. Mukti Ali, ST., MM sebagai Dosen Pembimbing awal yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Manajemen sekaligus sebagai Dosen Pembimbing akhir saya yakni Bapak Dudi Permana, Ph.D beserta seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan dukungan, semangat serta kerjasama yang baik selama masa perkuliahan. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada Kedua Orang Tua dan keluarga besar untuk do'a, inspirasi, dan dukungan selama berlangsungnya masa perkuliahan hingga penelitian. Kiranya semoga Tesis ini dapat dilanjutkan sebagai sumbangsih dalam masalah manajemen pemasaran di Indonesia.

Penulis menyadari jika tesis ini masih jauh dari kata sempurna, baik ada kesalahan kekurangan di dalam menulis tesis ini. Untuk itu, penulis selalu menerima baik kritik maupun saran terbaik dari pembaca agar nantinya penelitian dalam tesis ini lebih baik lagi.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN SIMILARITY	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Batasan Masalah.....	14
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTES.	16
2.1 Perilaku Konsuen	16
2.2 Persepsi Kualitas	18
2.3 Persepsi Resiko	24

2.4	Persepsi Harga.....	27
2.5	Minat Beli.....	33
2.6	Penelitian Terdahulu	37
2.7	Kerangka Pemikiran.....	43
2.8	Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.2.1	Definisi Konsep.....	49
3.2.2	Definisi Operasional.....	49
3.3	Populasi dan Sampel	52
3.3.1	Populasi.....	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5	Metode Analisis Data.....	53
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	54
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	54
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	55
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi.....	56
3.5.6	Uji t (Parsial).....	57
3.5.7	Uji F (Simultan)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Deskripsi Perusahaan	58
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2	Lingkup Bidang Usaha.....	59

4.1.3	Tantangan Bisnis Perusahaan.....	59
4.1.4	Proses Bisnis Perusahaan	60
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden.....	61
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	65
4.3	Analisa dan Pembahasan	72
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	72
4.3.2	Hasil Uji Realibilitas	74
4.3.3	Hasil Uji Normalitas	75
4.3.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
4.3.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.3.5.1	Hasil R Square.....	79
4.3.5.2	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji <i>f</i>).....	80
4.3.6	Hasil Pengujian Hipotesis (Uji <i>f</i>)	81
4.3.7	Hasil Matriks Korelasi Antar Variabel	84
4.4	Pembahasan.....	87
4.4.1	Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap Minat Beli	87
4.4.2	Persepsi Resiko berpengaruh terhadap Minat Beli	89
4.4.3	Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Beli.....	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran..	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Volume Produksi Industri Mobil di Indonesia Tahun 2016 s/d 2018.....	4
Tabel 1.2	Market Share Mobil Berdasarkan Brand Tahun 2016 s/d 2018.....	5
Tabel 1.3	Market Share Berdasarkan Jenis Mobil Tahun 2016 s/d 2018.....	7
Tabel 1.4	Data Wholesales DFSK & Wuling April 2018 s/d Maret 2019.....	9
Tabel 1.5	Target Penjualan Mobil DFSK Tahun 2019.....	11
Tabel 1.6	Hasil Pra Survey Persepsi Konsumen terhadap Kualitas.....	12
Tabel 1.7	Hasil Pra Survey Persepsi Konsumen terhadap Resiko.....	12
Tabel 1.8	Hasil Pra Survey Persepsi Konsumen terhadap Harga.....	12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	62
Tabel 4.2	Tabulasi Nilai Rata-Rata Jawaban Responden.....	65
Tabel 4.3	Deskripsi Data Variabel Persepsi Kualitas (X_1)	66
Tabel 4.4	Deskripsi Data Variabel Persepsi Resiko (X_2)	68
Tabel 4.5	Deskripsi Data Variabel Persepsi Harga (X_3)	70
Tabel 4.6	Deskripsi Data Variabel Minat Beli (Y).....	71
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel.....	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Data.....	76
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas Data.....	77
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78

Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi R-Square Minat Beli.....	79
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji F Minat Beli Konsumen.....	80
Tabel 4.14	Hasil Regresi Linier Berganda Minat Beli (Y).....	81
Tabel 4.15	Hasil Korelasi Antar Variabel.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Pengecekan Similarity dengan System Turnitin
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Olah Data dengan SPSS
- Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

