

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI WINE OLEH MANAJER
RESTORAN YANG DIMEDIASI KEPERCAYAAN**

(Kajian Pada Konsumen Wine Beringer Founder Estate Chardonnay
di PT. Panen Artha Nusa Sebagai Distributor)

SKRIPSI



Nama : Ridwan Budiman

Nim : 43116110239

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI WINE OLEH MANAJER
RESTORAN YANG DIMEDIASI KEPERCAYAAN**

(Kajian Pada Konsumen Wine Beringer Founder Estate Chardonnay di PT. Panen
Artha Nusa Sebagai Distributor)

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Ridwan Budiman

Nim : 43116110239

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Ridwan Budiman

Nim : 43116110239

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Minat
Beli Wine Oleh Manajer Restoran Yang Dimediasi
Kepercayaan

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Desember 2019



Ridwan Budiman

NIM : 43116110239

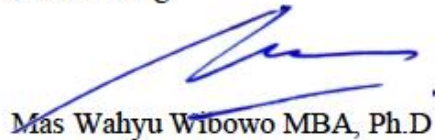


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ridwan Budiman
NIM : 43116110239
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Atribut produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Wine Oleh Manajer Restoran Yang Dimediasi Kepercayaan
Tanggal Lulus Ujian : 02 Desember 2020

Disahkan oleh

Pembimbing



Mas Wahyu Wibowo MBA, Ph.D

Tanggal: 11 Desember 2020

Ketua Penguji



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal:

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA., CIPSAS

Tanggal:

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, S.E., M.Si

Tanggal:

ABSTRACT

The main objective of this research is to examine and analyze the effect of product attributes and prices on wine buying interest by restaurant managers who are mediated by trust, using a quantitative descriptive approach. The data in the study were obtained from 120 restaurant manager respondents. Data analysis in this study used an alternative method of structural equation modeling (SEM), namely partial least square (PLS). The first stage in this study was to test the validity of the questions for each variable along with its reliability. The second stage examines the relationship between product attributes, price and purchase interest mediated by trust. The results of this study indicate that the variable product attributes, price and trust have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Product Attribute, Price ,Trust and Purchase Intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh atribut produk dan harga terhadap minat beli wine oleh manajer restoran yang di mediasi oleh kepercayaan, dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian diperoleh dari 120 responden manajer restoran. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode alternatif dari *structural equation modeling* (SEM) yaitu *partial least square* (PLS). Tahap pertama dalam penelitian ini untuk menguji validitas pertanyaan setiap variabel berikut dengan reliabilitasnya. Tahap kedua menguji hubungan antara produk atribut, harga dan minat beli dengan dimediasi kepercayaan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel produk atribut, harga dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Atribut Produk, Harga, Kepercayaan Dan Minat Beli.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**Analisis Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Wine Oleh Manajer Restoran Yang Dimediasi Kepercayaan**” Proposal ini sebagai syarat untuk lulus mata kuliah Metodologi Penelitian dan syarat untuk pengambilan skripsi semester depan. Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bpk Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan petunjuk yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu pada penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.Si selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Daru Asih, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Dosen Metodologi Penelitian penulis sekaligus selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang telah diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
5. Kepada teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

6. Kepada bapak Nicolaas George Pakel selaku General Manager PT. Panen Artha Nusa yang telah memberikan motivasi dan dukungan penuh hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Dennil Natalino selaku Head Of Sales di PT. Panen Artha Nusa yang telah membantu dengan memberikan dukungan serta arahan-arrahannya.
8. Ibu Josevine selaku Brand Manager yang telah memberikan izin untuk saya mengangkat pembahasan mengenai Wine Beringer Founder Estate.
9. Seluruh rekan-rekan Sales Marketing dan staff di PT. Panen Artha Nusa yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat.
10. Teristimewa, kedua orang tua dan istri tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya sebagai manusia biasa, bahwa proposal ini masih tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat terbatasnya pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 20 September 2020

Ridwan Budiman

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii-iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku konsumen	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2. Minat Beli.....	19
a. Pengertian Minat Beli	19
b. Tahapan Minat Beli	19
c. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	21
d. Indikator minat beli.....	22
3. Atribut Produk	23
a. Pengertian Atribut Produk	23
b. Dimensi dan Indikator Atribut Produk	24
4. Harga	26
a. Pengertian Harga.....	26

b.	Tujuan Penetapan Harga.....	27
1.	Untuk Mendapatkan Pangsa Pasar.....	27
2.	Meningkatkan Keuntungan.....	27
3.	Menjaga Loyalitas Konsumen.....	28
4.	Menjaga Daya Saing.....	28
c.	Jenis-Jenis Harga.....	28
1.	Harga Subjektif.....	28
2.	Harga Objektif (Harga Pasar).....	29
3.	Harga Pokok.....	29
4.	Harga Jual.....	29
d.	Peranan Harga.....	29
e.	Dimensi dan Indikator Harga.....	31
1.	Persepsi Kualitas.....	31
a.	Keterjangkauan Harga.....	31
b.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk.....	31
2.	Persepsi biaya yang dikeluarkan.....	32
a.	Kesesuaian harga dengan manfaat.....	32
b.	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.....	32
5.	Kepercayaan.....	32
a.	Pengertian Kepercayaan.....	32
b.	Manfaat Kepercayaan.....	33
1.	Kerjasama.....	33
2.	Komitmen.....	33
c.	Dimensi dan Indikator Kepercayaan (Kepercayaan).....	34
B.	Peneliti Terdahulu.....	34
C.	Pengembangan Hipotesis & Hubungan Antar Variabel.....	38
1.	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepercayaan.....	39
2.	Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan.....	39
3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	39
4.	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli.....	40
5.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	41

D.	Rerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	43
B.	Desain Penelitian	43
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
1.	Definisi Variabel	44
2.	Operasionalisasi Variabel.....	44
a.	Variabel independen (bebas)	45
b.	Variabel Dependen (terikat).....	45
c.	Variabel Mediasi (M).....	46
3.	Pengukuran Variabel	47
4.	Populasi dan Sampel	48
5.	Teknik Pengumpulan Data	49
D.	Metode Analisis Data	50
1.	Evaluasi Measurement (outer) Model	50
a.	Uji Validitas.....	50
1.	<i>Convergent Validity</i>	50
2.	<i>Discriminant Validity</i>	51
b.	Uji Reliabilitas	52
2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
a.	<i>R-Square</i> (R^2).....	52
b.	<i>f-Square</i> (f^2).....	53
c.	Uji Hipotesis (Resampling Boothstraping).....	53
d.	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	54
e.	Evaluasi Model Fit.....	54
f.	Uji Mediasi	55
1.	<i>No Mediation</i>	55
2.	<i>Full Mediation</i>	55
3.	<i>Partial Mediation</i>	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	57

1. PT Panen Artha Nusa	57
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	57
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jabatan	59
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Bidang Usaha.....	60
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	61
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	62
C. Deskripsi Variabel	63
1. Atribut Produk.....	63
2. Harga.....	65
3. Kepercayaan.....	66
4. Minat Beli	68
D. Analisis Data	70
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	70
a. Uji Validitas.....	70
1. <i>Convergent Validity</i>	70
2. <i>Discriminant Validity</i>	75
b. Uji Reliabilitas	78
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	79
a. Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	79
b. <i>f Square</i>	80
a. Nilai <i>T-Statistic (Bootsrapping)</i>	81
3. Pengujian Hipotesis	84
D. Pembahasan	88
1. Atribut Produk positif dan signifikan terhadap Kepercayaan	90
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan.....	90
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli ..	91
4. Atribut Produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli	91
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.....	92

6. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui variabel mediasi kepercayaan	93
7. Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli melalui variabel mediasi kepercayaan	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	96
A. Simpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Red & White Wine Grepes.....	5
Tabel 1.2 Kuesioner Pra Survey 30 Responden.....	9
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.5 Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jabatan.....	59
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Bidang Usaha	61
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	61
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	62
Tabel 4.7 Variabel Atribut Produk.....	63
Tabel 4.8 Variabel Harga	65
Tabel 4.9 Variabel Kepercayaan	66
Tabel 4.10 Variabel Minat Beli.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Convergent Validity	71
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi 1)	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Convergent Validity (AVE)	75
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Fornell Larcker Criterion.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Cross Loading.....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai R-Square (R2).....	80
Tabel 4.18 Hasil uji f Square	81
Tabel 4.22 Hasil Uji Nilai Predictive Relevance (Q2).....	83

Tabel 4.23 Hasil Uji Model Fit	84
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	85
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	87



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan Wine Beringer Founder Estate 2017 - 2019	6
Gambar 1.2 Growth Percentage Penjualan Wine.....	6
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS (First Run)	71
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 1).....	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootsapping.....	82



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	113

MALDITI DIANIA