

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK ELLA SKINCARE**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

LUCYANI
B100150008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama: Dr. Anton Agus Setyawan. M.Si.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli pada
Produk Ella Skincare**

Oleh:

LUCYANI

B 100 150 008

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 3 Agustus 2019

Pembimbing


Dr. Anton Agus Setyawan. M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli pada
Produk Ella Skincare**

Yang ditulis dan disusun oleh:

LUCYANI

B 100 150 008

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 3 Agustus 2019

Pembimbing

(Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **LUCYANI**
NIRM : **B 100 150 008**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Risiko
Terhadap Minat Beli pada Produk Ella Skincare**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 03 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

LUCYANI
B100150008

MOTTO

“Jadikan ‘kekurangan kita’ sebagai motivasi agar kita bisa lebih baik bukan untuk dimaklumi” (Lucy)

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman” (QS. Ali Imron : 139)

“Sesungguhnya Shalatku, ibadahku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam” (QS. Al An'am 162)

“Jika kita berbuat baik kepada orang lain sama dengan kita telah menolong diri sendiri, karena setiap kebaikan yang dilakukan akan berbuah kebaikan yang lain untuk kita nikmati” (Taufik)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada Allah S.W.T yang maha kuasa, berkat dan rahmat, detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang di berikannya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

- Bapa Surba dan Mama Juju sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada kalian yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan, semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat bapa dan mama bahagia. Terima kasih untuk mama, papa yang selalu memberikan motivasi dan selalu mendukung, mendoakanku, selalu menasehatiku agar menjadi lebih baik.
- Adik-adikku Sukma Setiadi dan Susi Wulani yang telah selalu memberikan dukungan dan untaian do'a kepadaku.
- Dosen pembimbingku, Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. yang telah sabar membimbingku dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Kekasihku Muhammad Fadholi yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa serta memberikan motivasi kepadaku setiap waktu.
- Untuk sahabatku topik, madya, ayuk, verin, iis, ninda, indri, mega, iza, ukik, lina Terima kasih atas bantuan, doa, dukungan, nasehat, hiburan dan kebersamaan yang kalian berikan selama aku kuliah, aku tak akan

melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini, dan terima kasih juga untuk sahabat-sahabat seperjuanganku yang lain yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Terima kasih untuk kalian semua.

- Keluarga kelas B Manajemen UMS angkatan 2015 yang telah menemaniku dan mendukungku selama ini.
- Almamaterku

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK ELLA SKINCARE

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui, menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli pada produk Ella Skincare, (2) mengetahui, menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh persepsi risiko terhadap minat beli pada produk Ella Skincare, dan (3) mengetahui, menguji, dan membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kualitas dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat beli pada produk Ella Skincare. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMS yang belum pernah menggunakan produk dari Ella Skincare. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Ella Skincare. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Ella Skincare. Hasil uji F test diketahui bahwa persepsi kualitas dan persepsi risiko secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli pada produk Ella Skincare.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas, Persepsi Risiko dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to: (1) know, test and prove empirically the effect of perceived quality on buying interest in Ella Skincare products, (2) to know, test and prove empirically the effect of risk perceptions on buying interest in Ella Skincare products, and (3) know, test, and prove empirically the effect of perceived quality and risk perception simultaneously on buying interest in Ella Skincare products. The population in this study was a Student of the Faculty of Economics and Business (FEB) UMS who had never used a product from Ella Skincare. The sample in this study were 150 respondents while the sampling method used purposive sampling. The data analysis technique used in this study uses multiple linear regression analysis. Based on the results of this study it is known that perceived quality has a positive and significant effect on buying interest in Ella Skincare products. Risk perception has a negative and significant effect on buying interest in Ella Skincare products. The results of the F test revealed that perceptions of quality and risk perceptions simultaneously and significantly affected the buying interest in Ella Skincare products.

Keywords: *Perception of Quality, Risk Perception and Buying Interest*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK ELLA SKINCARE”**. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Dekan Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si. selaku pembimbing yang dengan sabar telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku pembimbing akademik penulis.

6. Seluruh Dosen dan Karyawan khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah rela membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tak terhingga dan tiada bosan memberikan dukungan serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis dan tidak lupa juga kakak penulis yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kasih dan cinta saya curahkan kepada adik saya Sukma Setiadi, Susi Wulani yang selalu mendoakan saya agar cepat menyelesaikan pendidikan saya disini.
9. Teman-teman kelas A angkatan 2015 yang sama-sama membantu, saling berbagi dalam suka dan duka sekaligus sebagai competitor dalam meraih ilmu selama di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
10. Beribu ucapan terimakasih untuk sahabat-sahabat saya topik, ayuk, madya, verin, mega, iis, indri, lina, ninda, iza, ukik yang selalu mendukung dan mensupport saya baik di dalam situasi apapun dan saya mengucapkan banyak terima kasih untuk semuanya, selama mengenal kalian hidupku penuh canda dan tawa dari para sahabat-sahabatku.
11. Dinda, fika, giri, redita, vivi, nisa sebagai adik tingkatku yang telah memberikan semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman SMA ayuk widhia, ihda, dyah, aulia.
13. Teman-teman SMP ryka, alya, khala.
14. Semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Pengertian Minat Beli	9
2. Pengertian Persepsi Kualitas.....	10
3. Pengertian Persepsi Risiko.....	13
B. Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	15
C. Hipotesis	16
D. Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Desain Penelitian	20

	B. Populasi dan Sampel.....	20
	C. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional	21
	D. Data dan Sumber Data	25
	E. Metode Pengumpulan Data	25
	F. Metode Analisis Data	26
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
	A. Data Hasil Penelitian	32
	1. Statistik Deskriptif	33
	2. Uji Analisis Data.....	41
	3. Uji Asumsi Klasik	44
	4. Analisis Regresi Linier Berganda	47
	5. Uji F	49
	6. Koefisien Determinasi (R ²)	50
	7. Uji t	50
	B. Pembahasan	51
	1. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli.....	52
	2. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli.....	53
BAB V	PENUTUP.....	55
	A. Simpulan.....	55
	B. Keterbatasan Penelitian	56
	C. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Menurut Usia.....	35
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Menurut Fakultas/Jurusan	35
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Menurut Semester	36
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Menurut Uang Saku dalam 1 Bulan	37
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Yang Pernah Menggunakan Skincare Selain Ella Skincare	38
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Pada Frekuensi Menggunakan Skincare dalam 1 bulan	38
Tabel 4.8	Deskripsi Responden Berdasarkan Skincare Yang Digunakan.....	39
Tabel 4.9	Deskripsi Responden Tentang Yang Mengetahui Ella Skincare...	40
Tabel 4.10	Deskripsi Responden Berdasarkan Dari Mana Responden Mengetahui Ella Skincare	41
Tabel 4.11	Hasil Validitas KMO dan Bartlett's Test	42
Tabel 4.12	Hasil Validitas Metode Confirmatory factor Analysis (CFA)	43
Tabel 4.13	Hasil Reliabilitas	44
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.17	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	16
------------	-------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Statistik