

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS HARGA,
KUALITAS DAN NILAI TERHADAP KEPUTUSAN
BERBELANJA DI KARITA BUSANA MUSLIM**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

PITRA NENCSI
20020410396

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS HARGA,
KUALITAS DAN NILAI TERHADAP KEPUTUSAN
BERBELANJA DI KARITA BUSANA MUSLIM**

Diajukan Oleh:
PITRA NENGSI
20020410396

Telah disetujui oleh Dosen
Pembimbing



Rini Juni Astuti, SE., M.Si.
NIK. 143 037

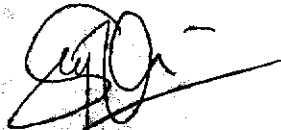
Tanggal : 25 November 2006

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS HARGA,
KUALITAS, DAN NILAI TERHADAP KEPUTUSAN
BERBELANJA DI KARITA BUSANA MUSLIM**

Diajukan Oleh
PITRA NENGSI
20020410396

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
28 Desember 2006
Yang terdiri dari
Ketua Tim Penguji



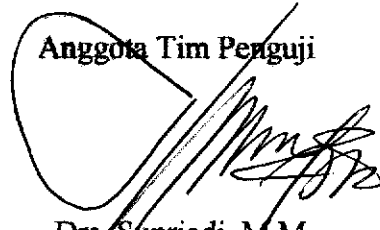
Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si.
NIK. 143 038

Anggota Tim Penguji



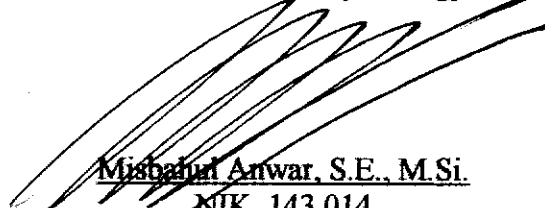
Rini Juni Astuti, S.E., M.Si.
NIK. 143 037

Anggota Tim Penguji



Drs. Supriadi, M.M.
NIK. 143 010

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK. 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Desember 2006

PITRA NENGSI

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT (Rabb Penguasa Alam Semesta) yang telah melimpahkan Segala nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Nilai Toko Terhadap Keputusan Berbelanja Di Karita Busana muslim”** yang disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sholawat dan salam senantiasa penulis tujukan kepada Suritauladan kita yakni Rasulullah Muhammad SAW, Sahabat, Keluarga, dan para pengikutnya

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rini Juni Astuti, SE., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan mencurahkan segala perhatiannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi
2. Bapak Drs. Supriadi, MM, yang telah menjadi dosen pembimbing akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Tim penguji skripsi: Ibu Sri Handari, SE., M.Si, Ibu Rini Juni Astuti SE., M.Si., dan Bapak Drs. Supriadi, MM., yang berusaha merevisi dan menjadikan sebuah karya tulis yang layak untuk dijadikan sebagai pendukung.
4. Ibu Hasnah Rimiayati, SE., M.Si., yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk konsultasi.

5. Bapak Gita Danupranata, SE., MM., selaku motivator baik dalam suka maupun duka, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
6. Para Dosen Fakultas Ekonomi, yang bersedia membagi ilmu kepada penulis
7. Seluruh Karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan semu pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu
8. Keempat Orang Tuaku seluruh keluargaku, saudara-saudaraku dan sahabat-sahabatku semua, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Thaaaksssss banget!!!
9. Suamiku Tercinta makasih ya Sayang... telah menemani hari-hariku.

Akhirnya dengan iringan Do'a semoga Allah melimpahkan pahala kepada Bapak/Ibu/OrangTua/teman-teman yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dibalas oleh Allah SWT.

Mengingat keterbatasan pengalaman penulis maka tidaklah menutup kemungkinan banyak kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini baik dalam cara penulisan maupun kualitas analisisnya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi perbaikan skripsi ini. akhir kata skripsi ini dapat bermamfaat khususnya bagi penulis dan pihak-pihak yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Desember 2006

Penulis

PITRA NENGSI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
INTISARI.....	xviii
ABSTRACK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6
1. Konsep Perilaku Konsumen.....	6
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	8

3. Proses Keputusan Pembelian	10
4. Peranan Pembelian.....	11
5. Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	11
6. Model Perilaku Konsumen	13
7. Persepsi Dalam Perilaku Konsumen.....	14
8. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
9. Hipotesis.....	22
10. Model Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek Dan Subyek Penelitian	23
B. Teknik Pengambilan Sampel	23
C. Jenis Data	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen.....	26
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	30
B. Analisis Deskriptif	30
C. Uji Kualitas Instrumen.....	32
D. Uji Hipotesis dan Analisis Data	33
E. Pembahasan.....	37

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan	40
B. Keterbatasan Penelitian.....	41
C. Saran	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner	31
4.2. Karakteristik Responden.....	31
4.3. Hasil Uji Validitas.....	32
4.4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	33
4.5. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi	34
4.6. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	35
4.7. Ringkasan Hasil Uji test.....	36
4.8. Hasil Uji F.....	37

DAFTAR GAMBAR

2.1. Proses Pengamatan Secara Sederhana	7
2.2. Proses Pengambilan Keputusan	10
2.3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	12
2.4. Model Perilaku Konsumen	13
2.5. Strategi Harga-Mutu	16
2.6. Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja.....	22

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan berbelanja di Karita busana muslim Yogyakarta, serta mencari variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan berbelanja.

Variable yang digunakan yaitu variabel harga, kualitas, dan nilai toko. analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner. kuesioner disebarkan kepada konsumen yang pernah berbelanja di Karita Busana Muslim Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience sampling*. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan menggunakan program SPSS. Dari ketiga variabel penelitian, ternyata variabel kualitas yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Karita Buasana Muslim Yogyakarta.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Karita Busana Muslim Yogyakarta

ABSTRACT

This research target to analyze the variables influencing decision shopping at Karita Moeslem fashion of Yogyakarta.

Research variable used of price, quality, and shop value. Based on a data obtained from research responder which collected by questioner. Questioner propagated to consumer have been shopping at Karita Moeslem fashion of Yogyakarta.

Technique that is used in taking sample is convenience sampling. To test the hypotesis, research use multiple regression analysis supported by using program SPSS. From all variable of research, in fact, variable of quality represent the most dominant variable influence the behavioral of consumer in shopping at Karita Moeslem Fashion Yogyakarta.

Keyword: behavioral of consumer, Karita Moeslem Fashion Yogyakarta