

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* ALFAMIDI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Agribisnis



Oleh :

NURID DIAN IKRIMAH

NPM : 19024010036

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* ALFAMIDI**

Diajukan Oleh:

NURID DIAN IKRIMAH
NPM : 19024010036

Pada tanggal
Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping



Dita Atasa, SP., MP
NIP. 20219950221236

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* ALFAMIDI**

Oleh :

NURID DIAN IKRIMAH
NPM : 19024010036

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 15 Juni 2023

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama



Dita Atasa, SP., MP
NIP. 20219950221236



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Progam Studi Agribisnis



Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Quality* Dan *Perceived Risk* Terhadap Minat Beli Produk *Private label* Alfamidi” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 15 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nurid Dian Ikrimah
NPM 19024010036

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang dilaksanakan di Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur dengan judul “Pengaruh *Perceived quality* Dan *Perceived risk* Terhadap Minat Beli Produk *Private label* Alfamidi”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh penulis untuk menyelesaikan studi di jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur guna meraih gelar sarjana pertanian.

Penulis dalam menyusun skripsi ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM sebagai dosen pembimbing utama dan Dita Atasa, SP., MP sebagai dosen pembimbing pendamping karena telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi ini serta dukungan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan fasilitas-fasilitas yang ada. Dengan disertai harapan semoga skripsi ini dapat diterima dan memenuhi syarat, maka dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dita Atasa, SP., MP selaku dosen wali penulis yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan proposal skripsi.

4. Kedua orang tua dan keluarga saya yang tanpa lelah mendukung baik material maupun moral sehingga memacu semangat penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi sesegara mungkin.
5. Teman–teman seperjuangan progam Studi Agribisnis angkatan 2019 yang telah memberikan saran, kritik, dan motivasi untuk penulis yang tidak bisa disebutkan namanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna maka dari itu penulis mengharapkan saran serta kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juni 2023

Penulis

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* ALFAMIDI

Nurid Dian Ikrimah¹, Sri Tjondro Winarno², Dita Atasa³

ABSTRAK

Pengusaha harus mampu membaca target pasar secara mendalam dan akurat untuk memaksimalkan volume penjualan karena persepsi konsumen sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha atau bisnis dan sangat sulit untuk dinilai. Peningkatan volume penjualan sangat diuntungkan dari persepsi, terutama jika testimoni pelanggan disertakan. Konsumen akan menilai kualitas dan bahaya barang *private label* sebelum membuat pilihan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kualitas dan persepsi risiko terhadap minat beli produk *private label* alfamidi. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dengan metode *incidental sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* dengan software WarpPls 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (a) persepsi kualitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) dengan nilai path coefficients 0,282 dan p-value <0,001. (b) persepsi risiko (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli (Y) dengan nilai path coefficients -0,460 dan p-value <0,001. (c) koefisien determinasi (R^2) variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kualitas dan persepsi risiko sebesar 0,670 atau 67% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian.

Kata Kunci: persepsi kualitas, persepsi risiko, minat beli, *private label*

Abstract

An entrepreneur must be able to read the targeted market deeply and accurately to maximize sales volume because consumer perception is very influential on business continuity and is very difficult to assess. Increased sales volume can greatly benefit from perception, especially if customer testimonials are included. Consumers will assess the quality and dangers of private label goods before making a purchase choice. This research was aimed to know the effect of perceived quality and perceived risk on purchase intention. Use for sampling method with total sample of 50. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS) with WarpPLS 7.0 software. The result showed (a) perceived quality (X1) has a positive and significant effect on purchase intention (Y) with a path coefficients value of 0.282 and a p-value of <0.001. (b) perceived risk (X2) has a negative and significant effect on purchase intention (Y) with a path coefficients value of -0.460 and a p-value of <0.001. (c) the coefficient of determined (R^2) of the purchase intention variable was explained by the variables of perceived quality and perceived risk of 0.670 or 67% while the rest is explained by other variables outside the research.

Keywords: *perceived quality, perceived risk, purchase intention, private label*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 <i>Private label</i>	16
2.2.2 Persepsi Kualitas	17
2.2.3 Persepsi Risiko	18
2.2.4 Minat Beli.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis	25

III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2 Metode Populasi Dan Sampel	26
3.2.1Penentuan Populasi	26
3.2.2Penentuan Sampel	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	28
3.4 Metode Analisis Data	29
3.4.1 Spesifikasi Model Jalur (<i>Path Model</i>).....	29
3.4.2 Spesifikasi Model Pengukuran.....	30
3.4.3 Pengumpulan Dan <i>Screening</i> Data.....	34
3.4.4 Melakukan Estimasi Model.....	35
3.4.5 Evaluasi Model.....	35
3.4.6 Model Pengukuran	36
3.4.7 Model Struktural	37
3.5 Definisi Operasional Variabel	38
3.6 Jadwal Pelaksanaan	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum	40
4.1.1 Perusahaan.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden	42

4.2 Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	44
4.2.1 <i>Extrinsic Attributes</i>	53
4.2.2 <i>Product Functionality</i>	55
4.2.3 <i>Intrinsic Attributes</i>	56
4.3 Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli	59
4.3.1 Risiko Fungsional.....	60
4.3.2 Risiko Finansial.....	60
4.3.3 Risiko Sosial.....	61
V. SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Gerai Alfamidi Di Indonesia.....	3
3.1	Aturan Praktis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
3.2	Aturan Praktis Pengujian Model Fit.....	38
3.3	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	39
4.1	Karakteristik Konsumen Alfamidi Raya Sukodono.....	42
4.2	Loading Factor.....	46
4.3	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	46
4.4	Loading dan Cross Loading Variabel Laten.....	48
4.5	Nilai Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten.....	49
4.6	Composite Reliability.....	49
4.7	Cronbach's Alpha.....	50
4.8	Hasil Model Fit.....	51
4.9	Nilai R Square.....	52
4.10	Nilai Q Square.....	53
4.11	Uji Hipotesis.....	58
4.12	Uji Hipotesis.....	62

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Penjualan Produk <i>Private label</i> Alfamidi.....	4
2.1	Kerangka Pemikiran.....	23
3.1	Model Jalur Penelitian.....	30
3.2	Indikator Variabel Persepsi Kualitas.....	32
3.3	Indikator Variabel Persepsi Risiko.....	32
3.4	Indikator Variabel Minat Beli.....	33
4.1	Logo PT. Midi Utama Indonesia Tbk.....	42
4.2	Hasil Diagram Jalur Penelitian.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	71
2.	Data Responden.....	74
3.	Evaluasi Outer Model.....	76
4.	Evaluasi Inner Model.....	79
5.	Uji Hipotesis.....	80
6.	Wawancara Kepala Toko Alfamidi Raya Sukodono.....	81
7.	Produk Pertanian Private label Alfamidi.....	82