

**Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli
Beras IR-64 Pada PT. Food Station Tjipinang Jaya
Jakarta Timur.**

(Studi Kasus : Konsumen Pada PT Food Station Tjipinang Jaya)

***The Influence Of Price and Brand Trust On The Interest In Buying
Rice IR-64 At PT Food Station Tjipinang Jaya East Jakarta.***

(Case Study : Consumers on PT Food Station Tjipinang Jaya)

Oleh

BAYU ANGGARA

2014410089

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

2018

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Anggara
NIM : 2014410089
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Beras IR-64 Pada PT. Food Station Tjipinang Jaya Jakarta Timur (Studi Kasus : Konsumen Pada PT Food Station Tjipinang Jaya)** yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Jakarta, 23 Agustus 2018.

(Bayu Anggara)

(2014410089)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Anggara
NIM : 2014410089
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Beras IR-64 Pada PT. Food Station Tjipinang Jaya Jakarta Timur (Studi Kasus : Konsumen Pada PT Food Station Tjipinang Jaya).**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana

Jakarta, 23 Agustus 2018

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing

(Dian Anggraini Rahim, SE. M.SI)

(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
MINAT BELI BERAS IR-64 PADA PT. FOOD STATION TJIPINANG
JAYA**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND BRAND TRUST ON THE INTEREST IN
BUYING RICE IR-64 AT PT. FOOD STATION TJIPINANG JAYA***

Oleh :

Bayu Anggara 2014410089

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh
Tim Penguji pada tanggal 20 Agustus 2018 dengan hasil “B”

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Pembimbing

Dr. Firsan Nova, SE.MM

Penguji I

Resa Nurlaela, SE.MM

Penguji II

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji III

Dr. Tri Mardjoko, M.A
Fakultas Ekonomi

Dian Anggraini Rahim, SE. M.SI Dekan
Ketua Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Nama : Bayu Anggara NIM : 2014410089 Judul : Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap minat beli Beras IR-64 pada PT Food Station Tjipinang Jaya di Jakarta Timur

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan Merek, Minat Beli

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) terhadap minat beli (Y) Beras IR-64 pada PT Food Station Tjipinang Jaya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sampel *Non probabilitas* yaitu metode *Sampling Sistematis* (teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut). Kemudian dilakukan teknik analisis data adalah uji regresi menggunakan SPSS 20.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien pengaruh harga dan kepercayaan merek (koefisien determinan $R (R^2)$) terhadap minat beli beras IR-64 pada PT. Food Station Tjipinang Jaya (Studi Kasus : Konsumen pada PT Food Station Tjipinang Jaya) sebesar 0,522 yang berarti bahwa sebesar 52,2% minat beli konsumen dipengaruhi harga dan kepercayaan merek, sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. sehingga dapat dilihat dari nilai koefisien harga dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

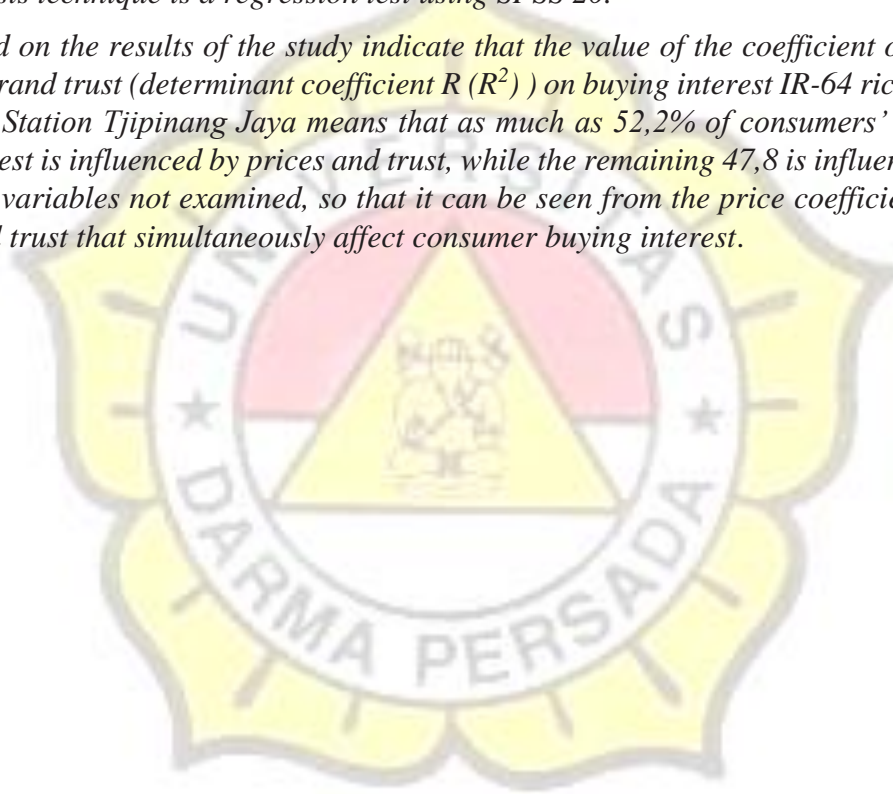
ABSTRAK

Name : Bayu Anggara NIM : 2014410089 Judul : The influence of price and brand trust on the interest in buying rice IR-64 at in PT Food Station Tjipinang Jaya east Jakarta.

Keywords : Price, Brand Trust, Buying Interest

This research was conducted to find out how much the effect of price (X1) and brand trust (X2) on the minimum purchase (Y) IR-64 at PT Food Station Tjipinang Jaya. Data collection method in this study uses non probability sample method, namely systematic sampling method (sampling technique based on the order of members of the population that has been assigned a serial number). Then the data analysis technique is a regression test using SPSS 20.

Based on the results of the study indicate that the value of the coefficient of price dan brand trust (determinant coefficient $R (R^2)$) on buying interest IR-64 rice at PT Food Station Tjipinang Jaya means that as much as 52,2% of consumers' buying in interest is influenced by prices and trust, while the remaining 47,8 is influenced by other variables not examined, so that it can be seen from the price coefficient and brand trust that simultaneously affect consumer buying interest.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memungkinkan skripsi ini terwujud. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Darma Persada Jakarta Timur serta dosen pembimbing skripsi ini terima kasih segala saran dan kritik yang membantu proses penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Tri Mardjoko, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
3. Dian Anggraini Rahim, SE. M.SI selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
4. Resa Nurlela, SE, MM selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
5. Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

7. Bapak dan Ibuku Tercinta yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi yang baik.
8. Yanuar Dwi Putra Anggara dan Chelsea Aprillia Putri, adik-adikku tersayang yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan tugas akhir skripsi.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa/i manajemen/pemasaran angkatan 2014 terutama “Pokok e Yakin” (Rafif Khorullah, Rizki Sunarya, Tito, Rizky Ananda, Arman dan Ferdi Yuliawan) yang telah memberi semangat, saling berbagi pengetahuan, membantu mencarikan buku pendukung dan masih banyak hal lainya hingga terselesaikan skripsi ini.
10. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua sahabat yang membantu kelancaran dalam proses pembuatan skripsi : Aliya, Mei Setyawati, Nanda SMP, Suci Febrianty dan lain-lain yang tidak disebutkan satu persatu
11. Terima kasih kepada teman-teman diperkantoran *PT Food Station Tjipinang Jaya* Jakarta yang telah bersedia memberikan data perusahaan.
12. Dan terakhir terima kasih banyak untuk Erdena Chintya Putri (my skripsweet) yang telah memberikan semangat sampai akhir perjuangan untuk mendapatkan gelar S.E ini tercapai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Saya berharap dengan penelitian ini dapat menambah wawasan, kompetensi serta pengetahuan bagi seluruh mahasiswa khususnya peneliti yang nantinya berguna di dunia kerja. Terakhir semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya

Jakarta, 20 Agustus 2018.

Bayu Anggara

(2014410089)



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.2 Harga	19
2.2.1 Pengertian Harga	19
2.2.2 Indikator Harga	19
2.2.3 Strategi Menetapkan Harga	21
2.2.4 Tujuan Menetapkan Harga	23

2.3	Kepercayaan Merek	24
2.3.1	Pengertian Kepercayaan Merek	24
2.3.2	Dimensi Pengukuran Kepercayaan Merek	26
2.3.3	Faktor Kepercayaan Terhadap Merek	27
2.3.4	Faktor Dalam Peningkatan Kepercayaan Konsumen	28
2.4	Minat Beli Konsumen	29
2.4.1	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	30
2.4.2	Indikator Minat Beli	30
2.5	Penelitian Terdahulu	31
2.6	Kerangka Pemikiran	34
2.7	Hipotesis	37

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian.....	38
3.2	Operasional Variabel	38
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data	43
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6	Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	49
3.6.1	Uji Keabsahan Data	49
3.6.2	Alat Analisis Data	52
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	56

BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	62
4.1.1	Sejarah Singkat PT Food Station Tjipinang Jaya	62
4.1.2	Bidang Kegiatan/ Usaha	63
4.1.3	Visi dan Misi PT Food Station Tjipinang Jaya	65
4.1.4	Struktur Organisasi PT Food Station Tjipinang Jaya	66
4.2	<i>Screening Question</i> dan Profil Responden	67
4.2.1	Hasil Deskriptif <i>Screening Question</i>	67
4.2.2	Hasil Deskriptif Profil Responden	70
4.3	Statistik Deskriptif	74
4.3.1	Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	75
4.3.2	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	88
4.3.3	Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Beli ..	97
4.4	Hasil Uji Keabsahan Data	109
4.5	Hasil Uji Analisis Data	114
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	120
4.7	Pembahasaaan dan Pemecahan Masalah	128

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

4.4	Kesimpulan	129
4.4	Saran	131

DAFTAR PUSTAKA	133
-----------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Rata-Rata Beras PT Food Station dan Asosiasi Pedagang Pasar Induk Beras Cipinang Tahun 2014 -2017	4
Tabel 1.2	Jumlah Beras Menurut Daerah Asal Yang Masuk Pasar Induk Beras Cipinang Jakarta Timur Tahun 2012-2016	5
Tabel 1.3	Data Market Share PT Food Station Tahun 2016 -2018	9
Tabel 1.4	Data Hasil Pra Survei Harga Kepercayaan Merek Dan Minat Beli	12
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.2	Difinisi Operasional Variabel Penelitian	39
Tabel 3.4	Jumlah Konsumen Yang Melakukan Pembelian Bulan April – Juni 2018 Pada PT Food Station	44
Tabel 3.5.1	Satuan Skala Likert	47
Tabel 3.5.2	Interprestasi Nilai Bagi Hasil Tanggapan Responden	48
Tabel 3.6.1	Tingkat Reliabilitas Instrumen bisa dilihat dari (r alpha)	51
Tabel 3.6.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.2.1	Apakah Anda pernah membeli Beras IR-64 pada PT Food Station	67
Tabel 4.2.2	Apakah Anda Konsumen pada PT Food Station Tjipinang Jaya	68
Tabel 4.2.3	Berapa kali Frekuensi Anda membeli Beras IR-64 pada PT Food Station dalam 3 bulan terakhir	69
Tabel 4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	71
Tabel 4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.2.8	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72

Tabel 4.2.9	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan	72
Tabel 4.2.10	Seberapa sering membeli produk PT Food Station khususnya beras IR-64 setiap bulannya	73
Tabel 4.2.11	Jenis beras yang paling sering dibeli	74
Tabel 4.3.1	Descriptive Statistics	75
Tabel 4.3.2	Harga Beras IR-64 Pada Food Station Yang Terjangkau Oleh Daya Beli Konsumen	76
Tabel 4.3.3	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station dapat mencakup semua kalangan masyarakat	77
Tabel 4.3.4	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station terjangkau sesuai dengan jenis produk	78
Tabel 4.3.5	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sesuai dengan kualitas produk	79
Tabel 4.3.6	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sesuai dengan keunggulan yang diinginkan Konsumen	80
Tabel 4.3.7	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	81
Tabel 4.3.8	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station yang bervariasi dapat menarik konsumen untuk membeli	82
Tabel 4.3.9	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station dapat bersaing dengan harga kompetitor sejenis lainnya	83
Tabel 4.3.10	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat	84
Tabel 4.3.11	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen	85
Tabel 4.3.12	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sebanding dengan kualitas mutu yang ada pada beras	86
Tabel 4.3.13	Harga Beras IR-64 pada PT Food Station sesuai dengan	

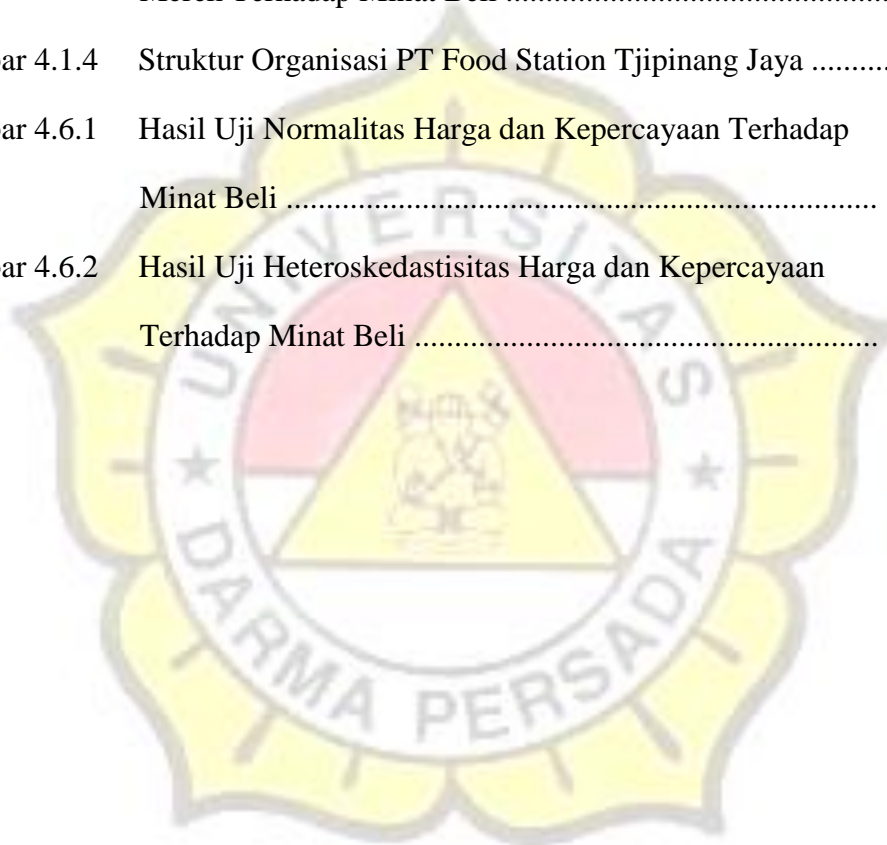
	Kebutuhan Konsumen	87
Tabel 4.3.14	Konsumen merasa puas dengan kualitas Beras IR-64 pada Produk Food Station	88
Tabel 4.3.15	Service level pada PT. Food Station baik	89
Tabel 4.3.16	Kenyaman konsumen terhadap pelayanan pembelian produk pada PT. Food Station	90
Tabel 4.3.17	PT Food Station Memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas beras	91
Tabel 4.3.18	PT Food Station selalu Memberikan Print Out atau nota pembelian dengan uang kembalian dengan pass kepada konsumen	92
Tabel 4.3.19	PT Food Station memberikan retur produk pasca pembelian kepada konsumen	93
Tabel 4.3.20	Kecepatan dalam memberikan pelayanan penjualan beras	94
Tabel 4.3.21	Karyawan pada PT. Food Station mampu menanggapi keluhan konsumen	95
Tabel 4.3.22	PT Food Station menyediakan kotak kritik/saran kepada Konsumenya	96
Tabel 4.3.23	Konsumen akan membeli produk di PT Food Station karena adanya kebutuhan	97
Tabel 4.3.24	PT. Food Station dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk.....	98
Tabel 4.3.25	PT. Food Station memiliki metode pembayaran yang banyak sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja.....	99
Tabel 4.3.26	Setelah mencoba layanan di PT. Food Station, Konsumen terdorong untuk merekomendasikan kepada Oranglain	100

Tabel 4.3.27	Setelah melakukan transaksi, Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain.....	101
Tabel 4.3.28	Konsumen akan merekomendasikan produk yang ada di PT Food Station kepada orang lain	102
Tabel 4.3.29	Konsumen akan menjadikan PT Food Station sebagai alternatif utama untuk dibandingkan dengan toko beras lain.....	103
Tabel 4.3.30	Konsumen lebih tertarik kepada PT Food Station dibanding dengan Toko Beras Lainnya lainnya.....	104
Tabel 4.3.31	Konsumen yakin membeli melalui PT Food Station adalah keputusan yang tepat.....	105
Tabel 4.3.32	Konsumen akan mencari informasi terbaru tentang PT. Food Station	106
Tabel 4.3.33	Konsumen akan mencari tahu tentang pengalaman orang lain yang menggunakan produk PT Food Station.....	107
Tabel 4.3.34	Konsumen akan mencari tahu tentang diskon yang diberikan oleh PT Food Station.....	108
Tabel 4.4.1	Hasil Uji Validitas Harga, Kepercayaan Merek dan Minat Beli	109
Tabel 4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	112
Tabel 4.4.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek.....	112
Tabel 4.4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli	113
Tabel 4.4.5	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Minat Beli	114

Tabel 4.4.6	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	115
Tabel 4.4.7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	116
Tabel 4.4.8	Hasil Uji F Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	118
Tabel 4.4.9	Hasil Uji T Harga Terhadap Minat Beli	119
Tabel 4.4.10	Hasil Uji T Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	120
Tabel 4.4.11	Hasil Uji Multikolinearitas Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli.....	122
Tabel 4.4.12	Hasil Uji Determinasi (R^2) Harga Terhadap Minat Beli.....	124
Tabel 4.4.13	Hasil Uji Determinasi (R^2) Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli.....	125
Tabel 4.4.14	Hasil Uji Determinasi (R^2) Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli.....	126
Tabel 4.4.15	Hasil Uji Autokorelasi Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan Beras PT Food Station Tjipinang Jaya Tahun 2014 - 2017	6
Gambar 1.2	Hasil Pra Kuesioner	13
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	36
Gambar 4.1.4	Struktur Organisasi PT Food Station Tjipinang Jaya	66
Gambar 4.6.1	Hasil Uji Normalitas Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	121
Gambar 4.6.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	136
Lampiran 2 Lembar Kegiatan Konsultasi Bimbingan Skripsi Mahasiswa ...	137
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	138
Lampiran 4 Data Tabulasi Profil Responden	144
Lampiran 5 Data Tabulasi Variabel Harga	149
Lampiran 6 Data Tabulasi Variabel Kepercayaan Merek	152
Lampiran 7 Data Tabulasi Variabel Minat Beli	155
Lampiran 8 Hasil Output Uji Validitas	158
Lampiran 9 Data Tabulasi Pra Suvei	167
Lampiran 10 Hasil Output Uji Reliabilitas	170
Lampiran 11 Hasil Output Uji Regresi Sederhana dan Berganda	171
Lampiran 12 Hasil Output Uji F dan T	172
Lampiran 13 Hasil Output Uji Asumsi Klasik	173
Lampiran 14 T Tabel	176
Lampiran 15 F Tabel	180
Lampiran 16 R Tabel	183

