

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE SENSITIVITY*,
DAN *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
(STUDI KASUS PADA TOKO BUDPROJECT ROYAL PLAZA
SURABAYA)**



OLEH :

NESSIE ELWAN KHOHAR

18110057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2023

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE SENSITIVITY*, DAN *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDIKASUS PADA TOKO BUDPROJECT ROYAL PLAZA SURABAYA)



Oleh :

NESSIE ELWAN KHOHAR

18110057



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2023



SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE SENSITIVITY*, DAN *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDI KASUS PADA TOKO BUDPROJECT ROYAL PLAZA SURABAYA)

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Sarjana Ekonomi**



Oleh :

NESSIE ELWAN KHOHAR

18110057

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nessie Elwan Khohar
Npm : 18110057
Alamat : Raya Gading Pantai No.7
No Identitas (KTP) : 6473017001970003

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : "***Pengaruh Perceived Quality, Price Sensitivity, Dan Store Image Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Toko Budproject Royal Plaza Surabaya)***".

Merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, atau bentuk lain. Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi. Apabila kemudian hari terbukti saya telah melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab.

Surabaya,

Hormat Saya,



Nessie Elwan Khohar

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Nessie Elwan Khohar

NPM : 18110057

Fakultas : Ekonomi / Manajemen

Judul : Pengaruh *Perceived Quality*, *Price Sensitivity*, Dan *Store Image*
Terhadap *Purchase Intention* (Studi Kasus Pada Toko Budproject
Royal Plaza Surabaya)

Pembimbing

Tanggal :



(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal :



(Dr. Thyophoida W.S, M.M)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh **NESSIE ELWAN KHOHAR** dengan NPM 18110057

Telah diuji pada

Dinyatakan **LULUS** oleh :

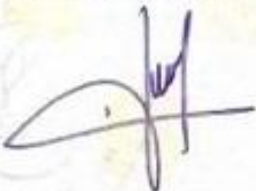
Ketua Tim Penguji



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, MLM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi




Lilik Indrawati, S.E., MLM

Ketua Program Studi




Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, MLM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE SENSITIVITY*, DAN *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDI KASUS PADA TOKO BUDPROJECT ROYAL PLAZA SURABAYA)

Oleh

Nessie Elwan Khohar

18110057

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Pada hari

Tim Penguji

Ketua Dr. Thyophoida W.S, M.M

Anggota 1. Citra Anggraini T, S.E., M.M

2. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “**Pengaruh *Percheived Quility*, *Price Sensitivity*, dan *Store Image* Terhadap *Purchase Intention* (Studi Kasus Pada Toko Budproject Surabaya)**”.

Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Lilik Indrawati S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika yang sudah banyak membantu, memberikan bantuan, pemahaman, pengertian, juga menguatkan saya selama saya kuliah di kampus ini.
2. Ibu Dr. Thyophoida W.S.P, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Dharma Cendika yang sudah banyak membantu, memberikan pengertian, pemahaman, juga menguatkan saya selama saya kuliah di kampus ini.
3. Romo Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku dosen pembimbing dan dosen penguji 1 (satu) yang telah mengorbankan banyak waktu, tenaga, serta pikiran dalam mendampingi dan membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik
4. Ibu Dr. Maria Widyastuti, M.M selaku dosen wali dan dosen penguji 2 (dua) yang juga banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi, mau memberikan dukungan, semangat, pengertian dan memahami setiap situasi, keadaan saya.





5. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M selaku dosen dosen penguji 3 (tiga) yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dan saran dalam perbaikan skripsi saya
6. Ibu Novi selaku Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
7. Papa Iwan, Mama Elly, Ko Lung, Ko Ti, Ce Me, Ko De, Ce Nik yang sudah memberikan dukungan, doa, bantuan, semangat, menguatkan dan mendorong saya untuk berusaha terbaik selama kuliah ini.
8. Abang Gunjew telah menjadi partner dalam segala hal yang baik, memberikan waktu dan dukungan dari jarak jauh, doa, bantuan serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini hingga selesai.
9. BuJANK (Elly, Ona, Andre, Ines) yang sudah memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Imah, Ilham, Putri, Winda, Conny, Bang Rahmat yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
11. Atiw, Chrisya, Ai, Lauw, Pepeb yang sudah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi walaupun banyak main dan makan.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah berperan dalam membantu sehingga skripsi ini dapat selesai.
13. Diri sendiri, terima kasih telah berjuang melewati masa perkuliahan hingga akhir. Terima kasih untuk tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa saya mampu.
14. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik untuk akademis maupun praktis.

Surabaya, Juli 2023

Nessie Elwan Khohar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived quality*, *price sensitivity*, dan *store image* terhadap *purchase intention* di toko BudProject Royal Plaza Surabaya. Sampel penelitian terdiri dari 80 responden yang merupakan konsumen toko tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah *survey* dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi pula niat beli mereka. Selanjutnya, *price sensitivity* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Pelanggan yang lebih sensitif terhadap harga cenderung memiliki minat beli yang lebih tinggi. Terakhir, *store image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Pelanggan yang memiliki persepsi positif terhadap citra toko cenderung memiliki minat beli yang lebih tinggi. Dengan demikian, toko BudProject Royal Plaza Surabaya dapat meningkatkan *purchase intention* pelanggan dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Penelitian ini memberikan sumbangan pengetahuan baru dalam konteks toko BudProject Royal Plaza Surabaya dan dapat digunakan sebagai dasar strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat beli pelanggan.

Kata Kunci: *Perceived Quality*, *Price Sensitivity*, *Store Image*, dan *Purchase Intention*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived quality, price sensitivity, and store image on purchase intention at BudProject store in Royal Plaza Surabaya. The research sample consisted of 80 respondents who were customers of the store. The research employed a survey method using questionnaires. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results of the study revealed that perceived quality has a positive and significant influence on purchase intention. This indicates that the better the perceived quality of the products by the customers, the higher their purchase intention. Furthermore, price sensitivity also has a positive and significant impact on purchase intention. Customers who are more sensitive to price tend to have higher purchase intention. Lastly, store image also has a positive and significant effect on purchase intention. Customers who have a positive perception of the store image tend to have higher purchase intention. Therefore, BudProject store in Royal Plaza Surabaya can enhance customers' purchase intention by considering these factors. This study provides new insights in the context of BudProject store in Royal Plaza Surabaya and can serve as a basis for effective marketing strategies to increase customers' purchase intention.

Keywords: *Perceived Quality, Price Sensitivity, Store Image, and Purchase Intention*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL BELAKANG.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Perceived Quality</i>	7
2.1.2 <i>Price Sensitivity</i>	9
2.1.3 <i>Citra Toko (Store Image)</i>	11
2.1.4 <i>Purchase Intention</i>	13
2.1.5 <i>Indikator Purchase Intention</i>	15
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	15
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3.1 Norfarah, <i>et al.</i> (2018). <i>Private Label Brand Purchase Intention: A Malaysian Study</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut :.....	18
2.3.2 Watanabe, <i>et al.</i> (2019). <i>The impact of culture, evaluation of store image and satisfaction on purchase intention at supermarkets</i> , , dengan hasil penelitian sebagai berikut :.....	19
2.3.3 Ghali-Zinoubi dan Toukabri (2019). <i>The antecedents of the consumer purchase intention: Sensitivity to price and involvement in organic product: Moderating role of product regional identity</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut :.....	20





2.3.4	Fatikh dan Widodo (2019). Pengaruh <i>perceived quality</i> terhadap <i>purchase intention</i> dan keterlibatan <i>brand knowledge</i> sebagai mediator (studi pada pelanggan <i>coffee beer</i> di Bandung), dengan hasil penelitian sebagai berikut :	21
2.3.5	Walia, <i>et al.</i> (2020). <i>Impact of brand consciousness, perceived quality of products, price sensitivity and product availability on purchase intention towards green products</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut :	22
2.3.6	Maharani, <i>et al.</i> (2020). <i>Factors Influencing Purchase Intention on Private Label Products</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut :	24
2.3.7	Bhutto, <i>et al.</i> (2022). <i>Predicting consumer purchase intention toward hybrid vehicles: testing the moderating role of price sensitivity</i> , dengan hasil penelitian sebagai berikut :	25
2.3.8	Octavianus dan Suprpto (2020). Pengaruh <i>brand image</i> dan <i>online store image</i> terhadap <i>purchase intention</i> melalui <i>perceived risk</i> pada produk <i>sneakers</i> Adidas, dengan hasil penelitian sebagai berikut :	26
2.4	Rerangka Pemikiran	27
2.5	Rerangka Konseptual	27
2.6	Hipotesis Penelitian	28
AB 3	METODE PENELITIAN	29
3.1	Obyek Penelitian	29
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	29
3.3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.3.2	Sumber Data	29
3.3	Variabel Penelitian	30
3.4	Defisini Operasional Variabel	31
3.3.3	Pengukuran Variabel	32
3.5	Populasi dan Sampel	33
3.5.1.	Populasi Penelitian	33
3.5.2.	Sampel Penelitian	33
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data	34
3.6.1.	Teknik Analisis Data	34
3.6.2.	Metode Analisis Data	35
3.7	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.1	Uji Normalitas	35
3.7.2	Uji Multikolinearitas	36
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	36



3.8	Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.8.2	Koefisien Determinasi.....	38
3.8.3	Uji Pengaruh Simultan (Uji f).....	39
3.8.4	Uji Parsial (Uji t).....	39
BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1.	Gambaran Umum Toko Budproject.....	40
4.2.	Data Responden.....	40
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	43
4.3.	Hasil Penelitian.....	43
4.3.1.	Hasil Uji Kualitas Data.....	43
4.3.2.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	45
4.3.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.3.4.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.3.5.	Hasil Uji Hipotesis.....	52
4.4.	Pembahasan.....	57
4.4.1.	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	57
4.4.2.	Pengaruh <i>Price Sensitivity</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	58
4.4.3.	Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	60
BAB 5: PENUTUP.....		61
5.1.	Simpulan.....	61
5.2.	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN.....		68

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran / bagasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR GAMBAR

Gambar.1.1: Grafik Omzet Toko Budproject Royal Plaza Surabaya	4
Gambar 2.1: Rerangka Pemikiran	27
Gambar 2.2: Rerangka Konseptual	27
Gambar 4.1: Kurva Hasil Uji t Variabel Perceived Quality (X_1).....	53
Gambar 4.2: Kurva Hasil Uji t Variabel Price Sensitivity (X_2).....	54
Gambar 4.3: Kurva Hasil Uji t Variabel Price Sensitivity (X_2).....	55

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2: Data Kuesioner <i>Perceived Quality</i>	71
Lampiran 3: Data Kuesioner <i>Price Sensitivity</i>	73
Lampiran 4: Data Kuesioner <i>Store Image</i>	75
Lampiran 5: Data Kuesioner <i>Purchase Intention</i>	77
Lampiran 6: Tabel <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Perceived Quality</i>	79
Lampiran 7: Tabel <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Price Sensitivity</i>	79
Lampiran 8: Tabel <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Store Image</i>	79
Lampiran 9: Tabel <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	79
Lampiran 10: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	80
Lampiran 11: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Price Sensitivity</i>	80
Lampiran 12: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Store Image</i>	81
Lampiran 13: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	82
Lampiran 14: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	82
Lampiran 15: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Price Sensitivity</i>	82
Lampiran 16: Tabel Uji Validitas Variabel <i>Store Image</i>	83
Lampiran 17: Tabel Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	83
Lampiran 18: Tabel Uji Normalitas	83
Lampiran 19: Tabel Uji Multikolinearitas	83
Lampiran 20: Tabel Uji Heterodastisitas	84
Lampiran 17: Tabel Uji Koefisien Determinasi	84
Lampiran 17: Tabel Uji F	84
Lampiran 17: Tabel Uji t	84

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/dagresif akan dituntut secara hukum.

