

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                       |             |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                  | <b>I</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b> | <b>III</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                      | <b>IV</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>                | <b>V</b>    |
| <b>INTISARI .....</b>                           | <b>VI</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                            | <b>VII</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          | <b>VIII</b> |
| <b>DAFTAR FIGUR .....</b>                       | <b>XII</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                       | <b>XIII</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                    | <b>XV</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                 | 1           |
| 1.2 Perumusan masalah.....                      | 4           |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....                 | 5           |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                     | 5           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                    | 5           |
| 1.6 Lingkup Penelitian .....                    | 6           |
| 1.6.1 Model Penelitian.....                     | 6           |
| 1.6.2 Objek Penelitian.....                     | 6           |
| 1.6.3 Lokasi Penelitian .....                   | 8           |
| 1.6.4 Waktu Penelitian .....                    | 9           |



|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| 1.7 Sistematika Penulisan ..... | 9 |
|---------------------------------|---|

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..... 11**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Produk <i>Private Label</i> ..... | 11 |
|---------------------------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 2.2 Niat Pembelian ..... | 12 |
|--------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.3 Faktor Intrinsik ..... | 12 |
|----------------------------|----|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 2.3.1 Persepsi Kualitas ..... | 13 |
|-------------------------------|----|

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.3.2 Persepsi Risiko ..... | 14 |
|-----------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.3.3 Persepsi Nilai ..... | 15 |
|----------------------------|----|

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.4 Faktor Ekstrinsik ..... | 17 |
|-----------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.4.1 Persepsi Harga ..... | 18 |
|----------------------------|----|

|                    |    |
|--------------------|----|
| 2.4.2. Iklan ..... | 18 |
|--------------------|----|

|                     |    |
|---------------------|----|
| 2.4.3 Kemasan ..... | 18 |
|---------------------|----|

|                        |    |
|------------------------|----|
| 2.3.4 Citra toko ..... | 19 |
|------------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 2.5 Sikap Konsumen ..... | 20 |
|--------------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 2.5.1. Kepercayaan ..... | 21 |
|--------------------------|----|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.5.2. <i>Familiarity</i> ..... | 21 |
|---------------------------------|----|

|  |    |
|--|----|
| 2.6 Hubungan antara faktor intrinsik dari produk <i>private label</i> dan niat pembelian. .... | 22 |
|--|----|

|   |    |
|---|----|
| 2.7 Hubungan antara faktor ekstrinsik dari produk <i>private label</i> dan niat pembelian. .... | 23 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| 2.8 Hubungan antara sikap konsumen dari produk <i>private label</i> dan niat pembelian..... | 24 |
|---|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.9 Model Penelitian ..... | 25 |
|----------------------------|----|

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 26**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 3.1. Desain Penelitian..... | 26 |
|-----------------------------|----|



|   |           |
|---|-----------|
| 3.2. Definisi Operasional .....                               | 26        |
| 3.2.1. faktor intrinsik .....                                 | 27        |
| 3.2.2. faktor ekstrinsik .....                                | 30        |
| 3.2.3. Sikap Konsumen.....                                    | 34        |
| 3.2.4. Niat Pembelian.....                                    | 36        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                 | 37        |
| 3.3.1 Populasi.....   | 37        |
| 3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel.....               | 37        |
| 3.3.3 Ukuran Sampel .....                                     | 38        |
| 3.4. Instrumen Penelitian .....                               | 39        |
| 3.4.1 Instrumen .....   | 39        |
| 3.4.2 Pengujian Kualitas Instrumen.....                       | 40        |
| 3.4.2.1 Metode Pengujian Validitas .....                      | 40        |
| 3.4.2.2 Metode Pengujian Reliabilitas .....                   | 45        |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data .....                             | 47        |
| 3.6 Metode Analisis .....                                     | 49        |
| 3.6.1 Metode Analisis Regresi Berganda .....                  | 49        |
| 3.6.2 Metode Pengujian Hipotesis dan Tingkat Signifikasi..... | 50        |
| 3.6.3 <i>Goodness of fit test</i> .....                       | 50        |
| 3.6.3.1 Uji Statistik F .....                                 | 51        |
| 3.6.3.2 Uji Statistik T .....                                 | 51        |
| 3.6.3.3 Uji $R^2$ .....                                       | 52        |
| 3.6.4 Tingkat Signifikansi.....                               | 52        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>              | <b>53</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden.....                              | 53        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.1.1 Jenis Kelamin.....  | 53        |
| 4.1.2 Usia .....  | 54        |
| 4.1.3 Pendidikan .....  | 56        |
| 4.1.4 Pekerjaan.....  | 57        |
| 4.1.5 Pendapatan Per Bulan .....  | 59        |
| 4.2 Analisis Data .....   | 61        |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif .....  | 61        |
| 4.2.2 <i>Goodness of Fit Model</i> .....  | 70        |
| 4.2.2.1 <i>Goodness of Fit Model</i> Regresi Berganda .....   | 71        |
| 4.2.2.1.1 Uji Statistik F Regresi Berganda.....   | 71        |
| 4.2.2.1.2 Uji Statistik T Regresi Berganda.....   | 71        |
| 4.2.2.1.3 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Regresi Berganda .....                              | 72        |
| 4.2.2.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3<br>dalam Model Penelitian ..... | 73        |
| 4.3 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....   | 74        |
| 4.3.1 Hipotesis Pertama. ....   | 74        |
| 4.3.2 Hipotesis Kedua .....   | 75        |
| 4.3.3 Hipotesis Ketiga.....   | 76        |
| 4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....   | 77        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>78</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....   | 78        |
| 5.2. Implikasi Penelitian.....  | 79        |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian.....   | 80        |
| 5.4. Saran.....   | 85        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>82</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>87</b> |

## DAFTAR FIGUR

|   |    |
|---|----|
| <b>Gambar 2.1.</b> Model Penelitian.....                                      | 25 |
| <b>Gambar 4.1.</b> Hasil Pengujian H1, H2 dan H3 dalam Model Penelitian ..... | 77 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 1.1.</b> Daftar Produk <i>Private Label Toiletries</i> yang ada di Yogyakarta ..... | 8  |
| <b>Tabel 1.2.</b> Skema Waktu Penelitian .....   | 9  |
| <b>Tabel 3.1.</b> Item Pertanyaan Persepsi Kualitas .....                                    | 28 |
| <b>Tabel 3.2.</b> Item Pertanyaan Persepsi Risiko .....                                      | 29 |
| <b>Tabel 3.3.</b> Item Pertanyaan Persepsi Nilai.....  | 30 |
| <b>Tabel 3.4.</b> Item Pertanyaan Persepsi Harga .....                                       | 31 |
| <b>Tabel 3.5.</b> Item Pertanyaan Iklan.....   | 32 |
| <b>Tabel 3.6.</b> Item Pertanyaan Kemasan .....  | 33 |
| <b>Tabel 3.7.</b> Item Pertanyaan Citra Toko .....   | 34 |
| <b>Tabel 3.8.</b> Item Pertanyaan Kepercayaan .....  | 35 |
| <b>Tabel 3.9.</b> Item Pertanyaan Familiarity .....  | 36 |
| <b>Tabel 3.10.</b> Item Pertanyaan Niat Pembelian .....                                      | 37 |
| <b>Tabel 3.11.</b> Hasil Uji KMO dan Bartlett.....   | 42 |
| <b>Tabel 3.12.</b> Hasil Uji Validitas.....  | 44 |
| <b>Tabel 3.13.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....  | 47 |
| <b>Tabel 4.1.</b> Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....                         | 53 |
| <b>Tabel 4.2.</b> Distribusi Frekuensi Usia Responden.....                                   | 54 |
| <b>Tabel 4.3.</b> Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden .....                   | 56 |
| <b>Tabel 4.4.</b> Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden .....                             | 57 |
| <b>Tabel 4.5.</b> Distribusi Frekuensi Pendapatan Per Bulan Responden.....                   | 60 |
| <b>Tabel 4.6.</b> Hasil Analisis Deskriptif.....   | 62 |
| <b>Tabel 4.7.</b> Penilaian Responden terhadap Persepsi Kualitas .....                       | 64 |



|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 4.8.</b> Penilaian Responden terhadap Persepsi Risiko ..... | 64 |
| <b>Tabel 4.9.</b> Penilaian Responden terhadap Persepsi Nilai .....  | 65 |
| <b>Tabel 4.10.</b> Penilaian Responden terhadap Persepsi Harga.....  | 66 |
| <b>Tabel 4.11.</b> Penilaian Responden terhadap Iklan.....           | 66 |
| <b>Tabel 4.12.</b> Penilaian Responden terhadap Kemasan.....         | 67 |
| <b>Tabel 4.13.</b> Penilaian Responden terhadap Citra Toko .....     | 64 |
| <b>Tabel 4.14.</b> Penilaian Responden terhadap Kepercayaan.....     | 69 |
| <b>Tabel 4.15.</b> Penilaian Responden terhadap Familiarity .....    | 69 |
| <b>Tabel 4.16.</b> Penilaian Responden terhadap Niat Pembelian.....  | 70 |
| <b>Tabel 4.17.</b> Hasil Uji F Regresi Berganda .....                | 71 |
| <b>Tabel 4.18.</b> Hasil Uji T Regresi Berganda .....                | 72 |
| <b>Tabel 4.19.</b> Hasil Uji $R^2$ Regresi Berganda .....            | 73 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| <b>Lampiran 1</b> Kuesioner Penelitian Skripsi .....      | 86  |
| <b>Lampiran 2</b> Uji Validitas dan Reliabilitas .....    | 95  |
| <b>Lampiran 3</b> Frekuensi Karakteristik Responden ..... | 112 |
| <b>Lampiran 4</b> Frekuensi Variabel .....                | 114 |
| <b>Lampiran 5</b> Hasil Regresi.....                      | 114 |